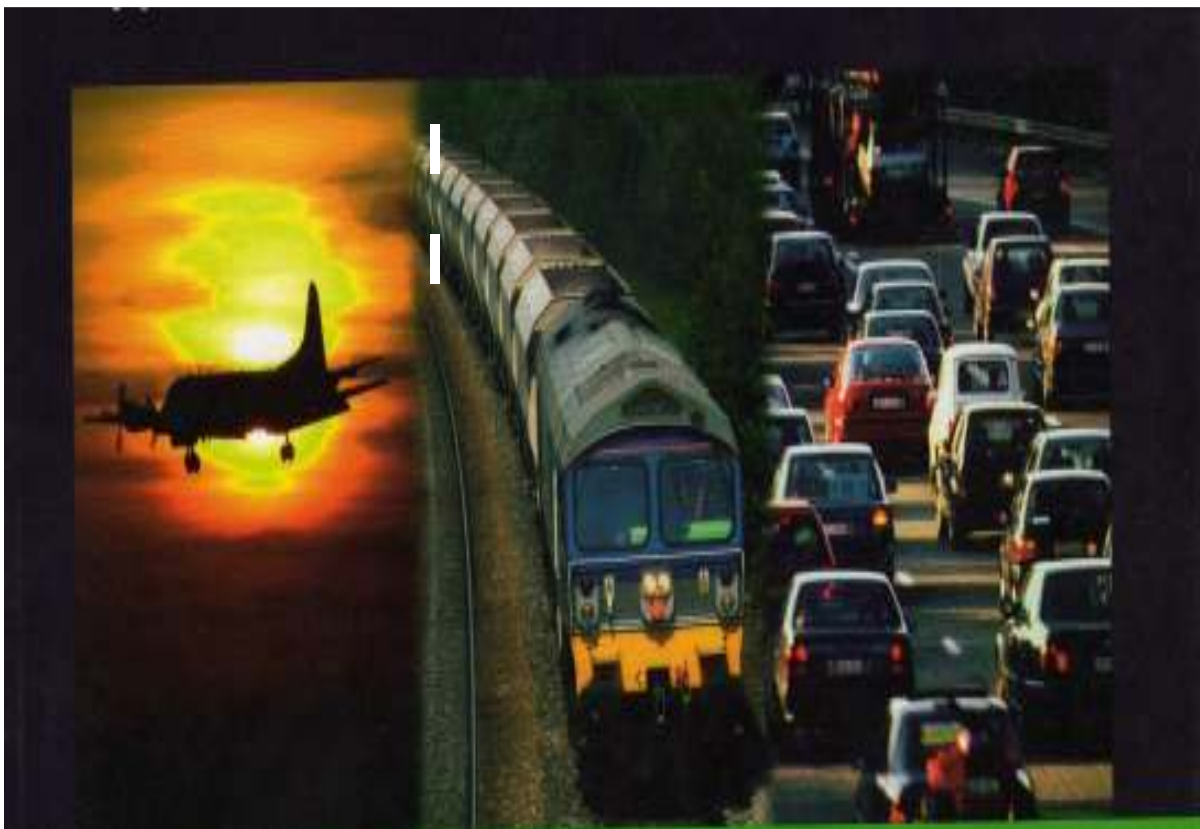




**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**

МЕЃУНАРОДЕН ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ

**-авторизирани предавања за интерна употреба на
Втор циклус на студии**



доц. д-р. Цане Котески

Штип- Гевгелија, 2010 година



НАСТАВНА ПРОГРАМА ЗА ВТОР ЦИКЛУС НА СТУДИИ-I СЕМЕСТАР
ПРЕДМЕТ: МЕЃУНАРОДЕН ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ- ЗАДОЛЖИТЕЛЕН
КРЕДИТИ: 7.5
ЧАСОВИ:30
НАСТАВНИК: доц. д-р. Цане Котески

I.ПРВИ ДЕЛ: ОСНОВЕН ПОИМ ЗА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ:

- Поим и значење на меѓународниот туристички сообраќај;
- Предмет на меѓународниот туристички сообраќај;
- Меѓузависност помеѓу меѓународниот сообраќај и меѓународниот туризам;
- Меѓународната патна инфраструктура-како туристички потенцијал;
- Карактеристики на сообраќајните средства;
- Меѓународниот сообраќај и стоковното производство во туризмот.

II.ВТОРИ ДЕЛ: РАЗВОЈНИ ПЕРИОДИ НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ:

- Експериментирање;
- Експериментирање во меѓународниот железнички туристички сообраќај;
- Експериментирање во меѓународниот патен туристички сообраќај;
- Експериментирање во меѓународниот воздушен туристички сообраќај;
- Изградба;
- Изградба во меѓународниот железнички туристички сообраќај;
- Изградба во меѓународниот патен туристички сообраќај;
- Изградба во меѓународниот воздушен туристички сообраќај;
- Експанзија во меѓународниот туристички сообраќај;
- Зрелост во меѓународниот туристички сообраќај;
- Еволуции во меѓународниот туристички сообраќај;
- Револуции во меѓународниот туристички сообраќај;

III.ТРЕТИ ДЕЛ: КАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ ВО СВЕТОТ ПО РЕГИОНИ:

1. Туристичка сообраќајна мрежа во Европа :

1.1. Јужно европска туристичка сообраќајна мрежа;

- 1.1.1.Шпанија;
- 1.1.2.Италија;
- 1.1.3.Португалија;
- 1.1.4.Хрватска;
- 1.1.5. Бугарија;
- 1.1.6. Останати;

1.2. Туристичка сообраќајна мрежа во централна и Западна Европа;

- 1.2.1.Австрија;
- 1.2.2.Унгарија;
- 1.2.3.Полска;
- 1.2.4.Франција;



1.2.5. Швајцарија;

1.2.6. Останати.

1.3. Туристичка сообраќајна мрежа во Северна Европа;

1.3.1. Норвешка;

1.3.2. Останати;

1.4. Туристичка сообраќајна мрежа во Источна Европа и Русија;

1.4.1. Русија;

1.4.2. Останати;

2. Туристичка сообраќајна мрежа на Американскиот континент:

2.1. САД.

2.2. Канада;

2.3. Мексико;

2.4. Останати

3. Туристичка сообраќајна мрежа во Централна и Јужна Америка.

3.1. Порто Рико;

3.2. Доминиканска Р.

3.3. Куба;

3.4. Аргентина;

3.5. Бразил.

3.6. Останати.

3.6.1. Туристичка сообраќајна мрежа во Карибско подрачје со Мексико;

3.6.2. Туристичка сообраќајна мрежа во Андско- Пацифички земји.

4. Сообраќајна мрежа во Азија и Пацификот

4.1. Кина;

4.2. Хонг Конг;

4.3. Тајланд;

4.4. Сингапур;

4.5. Малезија;

4.6. Индонезија;

4.7. Р. Кореја;

4.8. Австралија и Поларни области;

4.9. Јапонија;

4.10. Макао;

4.11. Останати:

4.11.1. Туристичка сообраќајна мрежа во Централна Азија со Индија.

5. Туристичка сообраќајна мрежа во Африка:

5.1. Тунис;

5.2. Јужноафриканска Република;

5.3. Зимбабве;

5.4. Маурициус;

5.5. Останати:

5.5.1. Туристичка сообраќајна мрежа во Тропско- Екваторијална Африка;

5.5.2. Туристичка сообраќајна мрежа во Јужна Африка;

6. Туристичка сообраќајна мрежа во земјите на Медитеранска Африка со Арабскиот Полуостров т.н. (Среден Исток);

6.1. Саудиска Арабија;

6.2. Египет;

6.3. ОАЕ;

6.4. Сирија;

6.5. Останати:



7. Посебен осврт на сообраќајната мрежа во Р.Македонија;

7.1. Други видови сообраќај во Република Македонија;

7.2. Местото на Република Македонија во Европските туристичко сообраќајни транспортни коридори.

IV.ЧЕТВРТИ ДЕЛ: ДЕНЕШНА СОСТОЈБА НА МЕЃУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧКА СООБРАЌАЈНА МРЕЖА:

- Состојба на светската сообраќајна мрежа;
- Територијален распоред на меѓународните туристички патувања;
- Меѓународен железничко туристички сообраќај;
- Модернизација на меѓународната железничка мрежа;
- Железничкиот сообраќај во ЕУ;
- Секторски пазарни недостатоци кај меѓународната железница;
- Меѓународната железничка инфраструктура како основен капацитет;
- Меѓународните железнички услуги и пазарните недостатоци;
- Железничкиот туристички сообраќај во Р.Македонија;
- Меѓународен патен туристички сообраќај;
- Патен туристички сообраќај во Р.Македонија;
- Меѓународен воздушен туристички сообраќај;
- Воздушен туристички сообраќај во Р.Македонија;
- Меѓународен ПТТ-туристички сообраќај;
- Меѓународен поморски туристички сообраќај;
- Воден туристички сообраќај во Р.Македонија;
- Карактеристики и структура на пазарот на меѓународните туристички сообраќајни услуги.

V.ПЕТИ ДЕЛ: НАПРЕДОК ВО ИСТРАЖУВАЊАТА ЗА МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ТУРИЗМОТ: РЕФОРМУЛИРАЊЕ НА ИНТЕРФЕЈСОТ НА МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ТУРИЗМОТ И ИДНАТА ИСТРАЖУВАЧКА АГЕНДА.

- Животен циклус, мотивацијата на туристот и сообраќајот: некои последици од туристичките искуства.

VI.ШЕСТИ ДЕЛ: МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ТУРИЗМОТ: КАПИТАЛ И ПРАШАЊА НА ОДРЖЛИВОСТ:

- Одржливата мобилност на меѓународниот сообраќај и нејзините импликации во меѓународниот туризам.
- Меѓународните авионски линии и развојот на туризмот: случајот на Зимбабве;
- Меѓународниот сообраќај и развојот на дестинациите;
- Меѓународниот сообраќај и посетители до историските градови.

VII.СЕДМИ ДЕЛ: МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИЗАМ И МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ:

- Промени во средината на аеродромот или неправилности (недостатоци): минати, сегашни и идни;



- Развојот на туризмот и авионските компании во новиот милениум;
- Крстаречки бродови: детериторизација на дестинациите;
- Немоторизиран сообраќај и туризмот: студија на случај- велосипеден туризам.
- Меѓународниот туризам и меѓународниот сообраќај: иницијативата зелен клуч.

VIII.ОСМИ ДЕЛ: ПЛАНИРАЊЕ ВО МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ:

- Меѓународните сообраќајни туристички потреби и можност за нивно задоволување;
- Меѓународниот сообраќај и развојот на туристичките места;
- Процес на планирање на меѓународниот туристички сообраќај;
- Развојот на туристичките дестинации во новиот милениум од перспектива на операциониот менаџмент.



I.ПРВИ ДЕЛ: ОСНОВЕН ПОИМ ЗА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ

Поим и значење на меѓународниот туристички сообраќај

Тргувајќи од констатацијата дека современиот меѓународен туризам е мошне сложена гранка, едноставно и лесно може да ја разјасниме состојбата дека постојат повеќе фактори кои го создаваат.

Во услови кога постои туристички пазар, непосредно како фактори кои ги задоволуваат туристичките потреби на населението, главни се факторите на понудата, кои населението го привлекуваат во туризмот, понатака следат факторите кои технички им го овозможуваат патувањето и на крајот факторите кои ги прифаќаат туристите, на давање на разни услуги, од сместување и исхрана, до разонода, културно-забавен живот, спорт и бројни останати содржини. Од овие фактори секој има свое влијание и значење врз развојот на меѓународниот туристички сообраќај.

Значењето на меѓународниот туристички сообраќај како комуникативен фактор можиме да го истакниме следното.

Атрактивноста туристичка на општественото и природното богатство може да се валоризира само со учество, т.е. со дејствување на туристичкиот сообраќај.

Со поимот меѓународен туристички сообраќај во праксата се сретнуваме од два различни аспекти и тоа:

А. Во потесен смисол, се зборува за транспортниот сообраќај како патнички сообраќај, каде со негова помош им е овозможено на луѓето заради рекреација да го променат своето постојано место на живеење и отпатуваат на привремен престој во некое друго место или подрачје;

Б. Во поширок смисол, кога под зборот меѓународен туристички транспорт се подразбира превезување (пренесување) на луѓе и стока, вести и идеи.

Поширокиот поим може да се подели во две групи:

- 1.меѓународен туристички сообраќај во потесен смисол, т.н. транспорт и**
- 2.меѓународен туристички сообраќај во поширок смисол, т.н.транспорт и телекомуникација.**

Вториот смисол ќе биде предмет на нашето разгледување.

Меѓународниот туристички транспорт е дејност која со помош на посебни технички средства и посебна организација, овозможува совладување на просторната одалеченост, пренесувајќи луѓе и стока од едно на друго место.

Зборот транспорт потекнува од латинскиот збор транспортаре што значи, пренос, превоз.

Техничките транспортни средства, со кои се остварува превозот или преносот на луѓе и стока, во најширок смисол можат да бидат: **примитивни и современи.**

Ги има многу и тоа:

- вселенски летала;**
- авиони;**



- воздушни балони;
- хеликоптери;
- моторни;
- парни и атомски бродови;
- едрилицы;
- чамци;
- шлепери;
- моторни возила;
- велосипеди;
- трамваи;
- железнички возила;
- запрежнивозила;
- коњи;
- товарна стока и сл.

Телекомуникацијата во сообраќаен смисол значи дејност која со помош на разни технички средства, организирано пренесува:

- вести;
- слики;
- идеи и
- известувања (пошта, телеграф, радио, телевизија, сателит и др.).

Предмет на меѓународниот туристички сообраќај

Процесот на задоволувањето на туристичките потреби, односно туристичката услуга како процес е завршен, дури тогаш кога туристот ќе може непосредно да ги задоволи своите туристички потреби, преку одредени парични давања за туристичката потрошувачка. При преминот кон валоризација на одредена туристичка атрактивност, туристичкиот сообраќај има доминантна улога. Поинаку речено, меѓународниот туристички сообраќај овозможува туристичката услуга да добие и конкретна општествена употребна вредност. Со тоа, и самиот меѓународен туристички сообраќај учествува во создавањето на вредноста на туристичкиот производ.

За најголемиот туристички центар Охрид, поголемиот дел од неговата туристичка атрактивност за тамошното население нема употребна вредност, бидејќи е застапена во таков обем, која не може да се валоризира само од негова страна. Дури, благодарудувајќи му на меѓународниот туристички сообраќај, атрактивноста на овој град може да ја користи за задоволување на туристичките потреби населението од многу други места во земјата и светот. Значи, со меѓународниот туристички сообраќај се прават сите работи сврзани со превозот на населението, со една единствена цел: **туристички престој во одредена дестинација.**

Исто така, овој сообраќај е значаен и во однос на транспортот на стока и пренесувањето на вести, информации и пари, кои на директен или индиректен начин го опслужуваат туристичкиот производ. ,еѓутоа, додека при превозот на:

- стока;



- пари;
- мисли на информации;
- сообраќајот и во
- туризмот;

врши исти функции како и во другите дејности, при превозот на населението, меѓународниот сообраќај за туризмот има не само примарно значење, туку врши и посебни функции и тоа при **индивидуалниот (личниот) превоз**, кој, од тој аспект добива карактер на специјален меѓународен туристички сообраќај.

Предметот на Економиката на меѓународниот туристички сообраќај е проучување и систематизација на специфичните законитости на меѓународната туристичка сообраќајна дејност, кои произлегуваат од специфичните економски карактеристики на тоа мошне значајно подрачје на материјалното производство.

Економиката на меѓународниот туристички сообраќај како научна дисциплина во соработка со другите сообраќајни дисциплини исто така истражува и ги пронаоѓа:

- **Економските;**
- **Организационите;**
- **Градежните и др.,** решенија кои придонесуваат во создавањето на оптимални економски резултати. Економиката на меѓународниот туристички сообраќај се занимава и со пронаоѓање на оптимални комбинации помеѓу факторите на развој и работењето и максимално искористување на туристичките ресурси.

Туристичкиот меѓународен транспорт го вршат како **стопанските, така и нестопанските меѓународни транспортни капацитети.**

За стопанските транспортери превозот на туристите значи можност да остварат профит од таа дејност, а за **нестопанските** транспортери таквата дејност има нестопанско значење, бидејќи употребата на транспортните средства нема непосредна деловна цел. Таков случај на употреба на **нестопански** сообраќајни средства во туризмот е доста чест. Голем број на туристи патуваат со сопствени превозни средства, кои не се третираат како стопански, бидејќи не им служат за стопанисување, односно не им служат за печалба на одреден профит за време на нивното туристичко патување. Очито е дека туризмот на овој план има одредени специфичности кои не се својствени за другите дејности. Ова како и фактот што и на планот на самиот стопански транспорт туризмот има посебна улога, зборува дека во туризмот положбата на сообраќајниот фактор битно се разликува од она што овој фактор ја има во другите дејности.

Транспортните претпријатија кои вршат транспортна услуга за

- **индустријата;**
- **земјоделството и сл.**

превезувајќи сировини, готови производи и друго, вршат помошна улога, бидејќи меѓународниот сообраќај од аспект на тие дејности посредно придонесува за извршување на нивната дејност.

Во меѓународниот туризам, положбата на меѓународниот сообраќаен фактор има целосно друга задача. Имено, сообраќајните средства не и користат на



оваа дејност да ја создаде услугата, и како своја потоа, да ја пласира на **пазарот**, туку сообраќајните средства и самите непосредно учествуваат во сите фази на туристичкиот процес, па дури и во финалната реализација. **Туризмот мора да ја вклучува превозната дејност и во него таа дејност- за разлика од другите дејности, има јасно видливо учество како значаен а не, според фактор.** Со тоа, туристичките превозни средства добиваат карактер на **непосреден фактор**, па затоа се третираат како **капацитети на туристичката понуда**. За тоа да го илустрираме го истакнуваме следниов факт. Туристите според потребите и можностите не само што избираат со кое превозно средство ќе се возат до одредената туристичка дестинација, туку се одлучуваат за она место, подрачје и земја кои од нивно гледиште имаат квалитетни меѓународни сообраќајни услови.

Тоа, како и фактот што одредени транспортни услуги се својствени само за време на туристичките движења, како што е примерот со charter летањата, ски лифтовите и сл., само по себе зборува за директното влијание на меѓународниот сообраќај врз туризмот.

Со забрзаниот развој на производствените сили и широкото значење на сообраќајот во развојот на туризмот, се продлабочуваат и шират проблемите кои влегуваат во центарот на вниманието на **Економиката на меѓународниот туристички сообраќај**.

Современата **Економика на меѓународниот туристички сообраќај** налага таква технологија во создавањето на транспортните средства кои ќе бараат најмала земјишна површина, ќе предизвикуваат **минимум загадување** на воздухот, **водата и земјиштето во урбаните подрачја**, и која ќе ги **минимизира трошоците, а ќе го максимизира профитот од вложениот капитал** и новите капитални вложувања, при тоа, земајќи ги во предвид и некои основни карактеристики на одделните превозни средства од кој зависи нивниот избор, а тоа се:

- **Сигурноста;**
- **Брзината;**
- **Удобноста и**
- **Цените на превозот.**

Во развиените земји, при разработката и реализацијата на одредени проекти- како основен критериум- се почесто се наметнува и избира оној кој води сметка за **заштита на човековата околина**. Ваквите преземања секако дека се императив ако се знае фактот што стручнаците во **Европската Унија** веќе пресметаа дека на територијата на **Западна Европа** сообраќајот е извор на дури **60 % од оксидите на азот** кои се исфрлаат во атмосферата. Доколку ништо не се измени, веќе во првото десетто ление на **21 век** количеството на **јаглеродните диоксиди во атмосферата ќе се зголеми за уште 25%**. Главен извор на овие исфрлени отрови во воздухот, независно од строгите мерки за филтрирање на горивата преземени во ЕУ, и натаму ќе биде **автомобилот**.

Според законските одредби за **заштита на животната средина** и намалувањето на штетните издувни гасови од **автомобилите**, катализаторот станува неопходен дел од системот за издувни гасови. **Со задолжителното вградување на катализаторите во новите автомобили полка се истиснува „штетниот ”и полн со олово супер бензин.** Улогата на



катализаторот е јаглерод моноксидот да го претвори во јаглерод диоксид, а јагленводородот во јаглерод диоксид и водена пареа.

Првите катализатори почна да се вградуваат во САД пред 30 години, а во осумдесеттите и во Европа.

Во Македонија издувните гасови од ауспусите на повеќе од 300 000 регистрирани возила учествуваат со повеќе од 51% во вкупното загадување на воздухот.

Се разбира, сево ова плус одредени преземања во правец на намалувањето на бучавата што самиот сообраќај ја создава, ќе значи многу на планот на екологијата. Треба да се знае дека од аспект на бучавоста, меѓународниот автомобилски сообраќај е одговорен за 92.1%. На воздушниот, железничкиот и водниот транспорт им отпаѓаат соодветни 6, 1,7 и 0,2%. Во овој случај е очигледна еколошката конкурентна способност на железницата.

Македонија особено главниот град Скопје не се имуни од зголемената бучава во ноќните часови, предизвикана од моторните возила, пред се на најфреквентните сообраќајници. Таа според направените мерења е поголема од максимално дозволената за околу 15%.

Исто така, целата важност на сообраќајот како значаен фактор за развој на меѓународниот туризам може најдобро да се согледа ако Економиката на меѓународниот туристички сообраќај во својот предмет вклучи и проблеми и прашања сврзани со:

- Поштенскиот;
- Телефонскиот и
- Телеграфскиот сообраќај.

Во поново време, телекомуникативниот сообраќај доживува технолошка револуција, која во извесна смисла би значела и можност за револуционизирање и на туризмот. Тоа особено е видно во начинот на комуницирањето (брзината, прецизноста, оддалеченоста) на меѓународниот туристичкиот пазар, протокот на вести и информации и во создавањето на туристичко- резервациски систем кои го покриваат поголемиот дел од развиениот свет.

Информативниот систем базиран на поврзувањето на современа компјутерска и телекомуникациона технологија (компјутер+телевизор+телефон) т.н. видеотекст, кој го користат одделни земји, овозможува со фрлање на 5 евра (примерот со Австрија), во терминалот, посетителот да ги добие на екранот сите информации кои го интересираат. На пример, известување за хотелите каде има место, авио и железничките врски и сл. Времето на добивање на таа информација е 5 минути.

МЕЃУЗАВИСНОСТ ПОМЕЃУ МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИЗАМ

Меѓународниот сообраќај како сложена економска појава на современиот живот има многубројни импликации (влијанија, последици и сл.) врз развојот на меѓународниот туризам. Во досегашната историја на меѓународниот



сообраќаен феномен, никогаш не било спорно тоа сознание. Од аспект на вкупната туристичка потрошувачка и развојот на меѓународниот туризам, меѓународниот сообраќај, покрај во превозот на туристите, има значајна улога и во превозот на стока за задоволување на потребите на разните дејности во рамките на меѓународниот туризам. Стоките се превезуваат како за непосредна потрошувачка во форма на прехранбени производи во угостителството, така и како артикли наменети за вонпансионска потрошувачка.

Согласно вака искажаното значење на меѓународниот сообраќај, проблемот со неговото економско работење и развојот треба да се решава на ист начин како што се решаваат проблемите во другите производни дејности. Меѓутоа, досегашното практично дејствување на тој план кај нас, ни зборува за нешто што во никој случај не оди во прилог на успешно решавање на проблемите во меѓународниот сообраќај. Имено, некои сообраќајни гранки (особено **железницата и ПТТ сообраќајот**), не секогаш се третираат како другите стопански дејности, туку, како јавни служби со посебен социјален аспект за помош на другите стопански дејности. Заради ниските тарифи се овозможило прелевање на средствата од меѓународниот сообраќај во другите дејности. Тоа предизвикало побавен општ развој на сообраќајот и негово заостанување од развојот на стопанството.

Ова секако е алармен факт, дотолку повеќе што денес во наразвиените индустриски земји, 1/5 од општествениот производ му припаѓа на сообраќајот.

Иако, не располагаме со сите потребни податоци за да можеме да изработиме вкупна транспортна сметка, сепак се цени дека во глобал искажаното учество на меѓународниот сообраќај во националната економија би имало синтетички показател (од бројот на вработените, па се до остварените вредности) кој би изнесувал 20%.

Бидејќи досега не постои единствен теориски став за проблемот на меѓузависноста помеѓу меѓународниот сообраќај и меѓународниот туризам како императив на сегашното време треба да биде:

- **Откривањето;**
- **Анализирањето и**
- **Осветлувањето на врските**



кои постојат помеѓу меѓународниот сообраќај и меѓународниот туризам. Во овој дел излагањето ќе го насочиме во тие рамки, така што, се концентрираме само на следниве аспекти на тоа влијание:

1. Изградба и модернизација на меѓународната сообраќајна мрежа , и

2. Карактеристики на меѓународните сообраќајни средства.

Во колкава мерка промените на општествениот производ во туризмот се условени од промените на инвестиционите вложувања во меѓународниот сообраќај е третата цел на оваа анализа. Функционалните односи утврдени во анализата со методот на најмали **квадрати**, укажуваат на промената на тие влијанија.

МЕЃУНАРОДНАТА ПАТНА ИНФРАСТРУКТУРА- ТУРИСТИЧКИ ПОТЕНЦИЈАЛ

Постои меѓузависност помеѓу развојот на меѓународната патна инфраструктура и процесот на валоризацијата на меѓународниот туристички потенцијал, што значи дека една неадекватна политика на изградба и одржување на меѓународната патна инфраструктура, се појавува како ограничувачки фактор за конзументите на туристичките услуги и со тоа, оневозможува нивна валоризација и неможност за проширување на меѓународната туристичка понуда. Јасно е, дека без сообраќајна достапност нема развој на потенцијалните туристички дестинации. Сообраќајната достапност е првиот нужен предуслов за меѓународниот туристички развој на потенцијалната туристичка дестинација. Што всушност таа констатација значи.

Теоретски гледано, до секоја точка на земјината топка на некој начин може да се дојде до некои места полесно, до други пак, потешко, а постојат и такви места, до кои можат да дојдат само авантуристи. Кога станува збор за туристичкиот развој, битно е до туристичката дестинација **да може да се дојде лесно и едноставно, и тоа да може да го направи секој потенцијален турист.**

Во почетокот на излагањето е неопходно да се апострофира фактот што, географската и геосообраќајната положба на Македонија не е целосно валоризирана, од аспект на туристичките потенцијали на одделните локалитети. Исто така, постојните сообраќајници, со своите

-техничко- експлоатациони елементи,

- пропусната моќ,

- постојаното одржување и сл.,



кон своите корисници- туристи и превозните претпријатија кои превезуваат туристи, незадоволуваат од аспект на обемот на услугата, посебно заради обемот на сообраќајот кој на нив се одвива.

Со порастот на обемот на сообраќајот се намалува удобноста и брзината на патување, а со тоа е отежната и достапноста до дестинацијата. За атрактивните и познатите туристички дестинации, чија привлечна сила е голема и битното намалување на достапноста заради сообраќајните гужви нема да го намали бројот на доаѓањето на туристите, но на развојот на помалку атрактивните и афирмираните локации, или на оние кои се во настанување, тоа секако има влијание.

Објектите од патната инфраструктура во нашата држава се истакнуваат на многу места со изразито „тесни грла“ , што со другите негативности на постојната патна мрежа на:

- магистралните,
- регионалните и
- локалните патишта,

Доведува до осетно забавување на сообраќајот, намалување на сигурноста на превозот и голем број на сообраќајни несреќи. Неопходно е да се истакне дека лошата состојба на сообраќајните патишта и големиот број на „тесни грла“, посебно во близината на поголемите градови, на некој начин ја деградира сообраќајната вредност на целокупната патна мрежа, а со тоа ја намалува вредноста на другите вложувања во објектите од туристичкото стопанство.



Модернизацијата и изградбата на модерни сообраќајници и објекти на нив, бара многу големи финансиски средства, кои, државата треба да ги осигура за кратко време. Ако се анализира пак, економскиот ефект од тие вложувања, се доаѓа до констатација дека тие се од големо значење за валоризација на туристичкиот потенцијал на државата. Така, може да се укаже на користа која ја манифестираат, во зголемената мобилност на населението-туристите, која може да се набљудува во контекст на нивните помали или поголеми дисперзии на подрачјата каде постои адекватна сообраќајна мрежа. **Адекватната мрежа на сообраќајници претставува значаен фактор во развојот и валоризацијата на туристичкиот потенцијал на скоро сите локалитети кои се одликуваат со одредена атрактивност.** основниот ефект од модернизацијата на сообраќајната мрежа претставува

- скратениот превозен пат,
- подобрување на квалитетот на сообраќајната услуга (на пр. време на превозот),
- сигурност во превозот и
- самиот комфор во превозот на туристите.

Овие ефекти посебно се нагласени во следниве форми на туризам:

- стационарно-рекреативниот и
- авто-мото туризам.

Аналогно на тие моменти кои се од неоспорно влијание на валоризацијата на туристичкиот потенцијал и подигањето на нивото на сообраќајните услуги, во проекцијата и програмата за изградба и реконструкција на патната мрежа во Македонија, нагласокот треба да се даде на интензивна изградба и модернизација на сообраќајниците. При оценката на состојбата и потребата за понатамошно вложување во сообраќајници, треба да се води сметка и за **истакнатата транзитна положба на просторот во државата во меѓународниот патен сообраќај.**

Во тој смисол, изградбата и модернизацијата на патиштата во Македонија, посебно оние од повисока категорија на сообраќајните услуги, бара нивно адекватно опремување со соодветни услужни содржини. Изградбата на соодветна услужна понуда не е само проблем во заокружувањето на вкупната сообраќајно- туристичка понуда на одреден патен правец, туку е и извор на значајни приходи, а ако е добро осмислена и изведена, придонесува во задоволството на туристот кој е во пропатување и промоција на нашата земја.



Пропатните услужни објекти во главно се од комерцијален карактер и тие се користат за задоволување на човечките потреби, кои можат нда се јават во текот на патувањето. Истите можат да се поделат на:

1. Примарни и
2. Секундарни

Примарните потреби на патниците се биолошките потреби:

- храна,
- пијалок,
- одмор,
- спиенње и сл.

А секундарните потреби кои имаат повисок ранг, не се поврзани со човечката егзистенција и се помногубројни и мошне индивидуални.

Логично е, потребите во текот на патувањето да се настојува да се задоволат што побрзо и што полесно, односно без **непотребно одалечување од сообраќајниците**. Со самото тоа, е дефинирано и подрачјето на разместување на пропатната услужна понуда за патниците во нашата територија.

Сите пропатни објекти на патните сообраќајници можат да се поделат во две групи ни тоа:

1. Управни и
2. Услужни

Управните објекти се наменети за одржување на патиштата, потоа, разни управни згради и сл.

Услужните објекти се оние кои им даваат услуга на патниците и на возилото:

- ресторани,
- мотели,
- кампови,
- трговски продавници,
- рекреациски содржини,
- содржини за одмор,
- бензиски станици,
- механичарски работилници,



-сигурносни уреди и др.

Тоа се објекти од кои патниците можат брзо да добијат соодветна услуга, или пак, одредена информација, известување и сл. Сите тие објекти можат да се поделат во две подгрупи:

А) во првата подгрупа спаѓаат т.н.:сигурносни уреди, како што се:

- сообраќајните знаци,
- телефонските уреди,
- бензиските пумпи и
- авто сервисите.

Б) втората подгрупа на додатната патна опрема ја прават објектите кои се градат за овозможување на удобно патување. Тоа се објекти од кои туристите брзо можат да добијат:

- услуга за исхрана,
- да се напијат нешто,
- како и одредени санитарни чворови.

Таквите објекти се градат на отворени патишта, на посебните простори за паркирање и тоа како:

- прехранбени киосци,
- експрес барови,
- снег барови,
- грил барови,
- ресторани и сл.

Исто така во оваа група припаѓаат и објектите кои им овозможуваат на туристите ноќевање, без да бидат одделени од своето возило на големи далечини.

Тоа се:

- мотели и
- авто кампови.

Досегашните искуства со пропатните услужни објекти по патиштата во Македонија, покажуваат целосен несоодветен пристап во планирањето на



- локацијата,
- содржината и
- услугата на таквите објекти.

Бидејќи овие услужни објекти се необично важни за развојот на туризмот, во нивното планирање и програмирање би требало да учествуваат и туристичките стручњаци. Само така, изградувањето на овие сервисни зони по патиштата ќе добијат атрибути на оние од современите европски патишта. На тоа, да се надеваме, ќе не „присили“ и преминот од договорна на пазарна економија.

Колку понапред се од нас на овој план земјите од Европската Унија, најилустративно ни зборува фактот што, кај нив на големо почна да се воведуваат по патиштата

- **Сателитски навигациони системи.**

Во Германија на овој начин веќе се опфатени 650 000 километри патишта. Тоа се сите главни и, споредни патишта, вклучувајќи ја и внатрешноста на градовите, пред се местата со повеќе од 90 000 жители. Технички гледано, системите функционираат така што, компјутерскиот глас издава наредби за управување како добар совозач од крв и месо: „на следната раскрсница да се сврти десно“. Првите упатства се издаваат во градските подрачја 200 метри порано. Овие акустични препораки за возење се дополнуваат со стрелки, односно со податоци за растојание со крупни букви и со јасен текст уште 300 метри“) на екранот. Се разбира, во автомобилот треба да се вгради не само

- екран и единици на ракување,
- туку и ЦД_РОМ механизам,
- компакт,
- навигационен компјутер,
- сателитска антена и
- сензори за тркалата.

Возачот треба само да ја внесе својата цел преку соодветно едноставно „мени“, на пример улицата во некој голем град. Потоа, самиот систем го пронаоѓа најповолниот начин на возење.

Централниот мини компјутер ги користи сите податоци на **сателитскиот систем на локацијата.**

Вградениот компакт помага при навигацијата, а

сензорите на тркалата препознаваат со помош на разликите во бројот на обртаите помеѓу тркалата од внатрешната, односно надворешната страна на кривината, дали автомобилот скршнува, или се свртува.



КАРАКТЕРИСТИКИ НА СООБРАЌАЈНИТЕ СРЕДСТВА

Сообраќајните средства како втор елемент од сообраќајниот систем, влијаат на тој начин што, задоволувањето на туристичките потреби во голем степен е во зависност од техничките својства на сообраќајното средство. Секој нов тип обично е поусовршен и се одликува со:

- зголемен капацитет,
- Поголема брзина во превозот,
- Подобра удобност и
- Зголемена прилагодливост на потребите во превозот.

Различните техничко-експлоатационите карактеристики на одделните сообраќајни средства влијаат на развојот на разни видови туризам.

Масовниот туризам е овозможен пред се, со брзиот развој на транспортните средства со голем капацитет и голема брзина.

Во **патничкиот сообраќај** постојат неколку релевантни елементи кои треба предходно да се оценат пред да се утврди предноста на одделни гранки од сообраќајот. Одлучувачки фактор при анализирањето на туристичкиот сообраќај е приказот на оние поединечни карактеристики на разните гранки од сообраќајот и разните сообраќајни средства кои можат да бидат од особено значење за патниците-туристи. тука во прв ред се работи за:

1. Брзината,
2. Можноста за разгледување на крајот низ кој се минува,
3. Квалитетот и разновидноста на рекреационите и потрошувачките услуги кои дотичното возило ги осигурува,
4. Комфортот,
5. Удобноста во патувањето,
6. Атрактивноста на возилото и др.

Доколку наведените услужни карактеристики се развиени, дотолку патникот-турист е волен повеќе да плати за услугата, односно да го избере она сообраќајно средство кое таква услуга дава.

За туристичките патувања, особено кога времето не игра голема улога, а одалеченоста која треба да се помине не е преголема, автомобилот има доминантна улога во поглед на

- Економичноста,
- Тишината,
- А во помал степен и во поглед на комфорот.

При тоа, важна улога игра фактот што автомобилот осигурува голема еластичност во поглед на разгледувањето на природните убавини.



18 Ова дотолку е позначајно, што како да поминала ерата на масовниот туризам и настана времето на т.н. индивидуален туризам. Затоа, може да се очекува пораст во користењето на автомобилот за туристички патувања.

Меѓутоа, тешко е да се предвидат веројатните трендови на туристички патувања со автомобил, иако се чини веројатно дека и тука ќе има одредени промени во смисол на поголемо користење на **авионите** во заедница со привремено изнајмување на **автомобил**, односно бродови.

Оваа промена е дотолку повеќе возможна што, барањата на денешните туристи се различни и во поглед на удобноста во превозот. Добрата удобност, на туристите им овозможува подолго патување

- (спални коли во возовите,
- Специјална опрема во авионите,
- Луксузно опремени кабини во бродовите и сл).

Сето тоа овозможува брз развој на туризмот и го

- проширува бројот,
- структурата и
- категоријата на населението кое може да користи туристички услуги.

СООБРАЌАЈОТ И СТОКОВНОТО ПРОИЗВОДСТВО ВО ТУРИЗМОТ

Општествениот производ во извесна смисла преставува синтетички показател на стопанскиот output на секоја дејност, па така и на туризмот. Евидентно е дека без соодветен сообраќај, не е можен туристички развој. Заради тоа, развојот на туризмот може да се наблудува како функција на развојот на сообраќајот, па во врска со тоа, **можат да се дефинираат четири взаемно поврзани развојни етапи.**

Првата развојна етапа на масовниот туризам, т.е. самиот почеток на развојот на современиот туризам, започнува кон средината на 19 век со развојот на железницата (прво во Европа, а нешто подоцна и во Северна Америка).

Втората развојна етапа може да се терминира некаде во средината на 20 век и е означена со **масовното производство на патни возила, односно индивидуални автомобили и автобуси.** Во тоа време се развива правиот. Масовен туризам. Се градат значални туристички капацитети, се отвараат нови туристички дестинации, туризмот станува во прав смисол на зборот бусинес.

Третата развојна етапа, временски може да се лоцира во 60 години од 20 век, кога се развива **цивилното воздухопловство.**



1551 Четвртата етапа од развојот на туризмот се совпаѓа со развојот на телекомуникацијата, и истата сега се случува.

Ширењето и развитокот на стоквното производство во туризмот секогаш зависеше од степенот на развитокот на сообраќајните средства и можностите за превоз, бидејќи создадената туристичка потреба треба да се пренесе до местото на

- потрошувачка,
- до туристичката дестинација.

Ова е првиот момент, а вториот момент е тоа што, превозните трошоци се производствени трошоци, па зголемената делотворност на превозот доведува до намалување на цената на услугата (стоката).

Намалувањето на трошоците во превозот е поважна работа дури и од зголемувањето на брзината, иако брзината во превозот во одредени сегменти е позначајна. Зголемената брзина овозможува проширување на пазарот за лесно расипливите стоки, доведува до заштеди во просторот, го скратува времето од почетокот на патувањето до целното место и го намалува ризикот во превозот. Тоа е и една од причините зошто до поодалечените туристички места често превозот се прави по воздушен пат.

Брзината има свое значење и во превозот на патниците, зошто поголемата брзина дава поголема брзина во движењето и остранувањето на неприликите од долгото патување. Сообраќајните средства ги совладале големите пространства на земјината топка, така што ги направиле соседи луѓето кои живеат со илјада километри одалечени еден од друг. Таа појава во секој случај е именентна на развојот на воздушниот сообраќај.

Сообраќајот го проширува туристичкиот пазар, а со тоа ја унапредува и конкуренцијата и така влијае на намалувањето на цената онаму каде е висока заради монополот. Несакајќи да ја намалиме улогата на другите фактори во развојот на туризмот, сепак неизбежна е констатацијата дека сообраќајот е тој кој во моментот го држи приматот во тој однос. Затоа, многу е важно нему да му посветиме поголемо внимание, се разбира ако сакаме да достигнеме одредено ниво на развој во туризмот. Инаку, кај сите развиени земји, сообраќајот заедно со енергетиката се третира како основа во понатамошниот туристички напредок и општ развиток.

Со цел и ние да фатиме каков таков приклучок со тој развиен свет, потребно е во сообраќајните капацитети да вложуваме од 20-25% од вкупните инвестиции. Откако ќе достигнеме одредено ниво на развој, после тоа, секој процент на пораст на националниот доход бара релативно намалување на процентот на порастот на инвестициите во сообраќајот. Колку степенот на



развој е поголем, толку се пониски инвестициите во сообраќајот во пропорција со општествениот производ.

-пред нешто повеќе од еден век (1848 г.) на пионерите кои го поминуваа американскиот континент со запрежни возила им требаша 109 дена да го поминат тој пат, и тоа под услов, да ги пратело среќа при тоа патување и да се доволно издржливи за тој долг пат. Денес тој пат од New York до San Francisco со автомобил се поминува за 7 дена, со воз за 3 дена, а со авион за 3-4 часа, па и побрзо.



II. ВТОРИ ДЕЛ: РАЗВОЈНИ ПЕРИОДИ НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ

Развојни периоди на меѓународниот туристички сообраќај

Развојниот пат на сообраќајот во туризмот може да се подели на четири периоди кои најчесто се земаат во железничкиот сообраќај, а важни се и за другите гранки од сообраќајот. Тие периоди се:

- А) Експериментирање;**
- Б) Изградба;**
- В) Експанзија и**
- Г) Зрелост.**

Со ваквата поделба се овозможува многу земји да го согледаат својот развој на сообраќајот во туризмот, од аспект на тоа колку заостануваат или колку се понапред од другите земји. Утврдувањето на фазите на развојот треба да се прави по одделни гранки. Особено тоа е важно од економски аспект, бидејќи за секоја фаза од развојот потребни се соодветни мерки на економската политика на земјата, освен за првата фаза која глобално е заедничка за сите сообраќајни гранки. Сообраќајот во одделни земји се наоѓа во својот почеток, тоа значи дека постои неразвиена сообраќајна инфраструктура, како и неразвиени сообраќајни средства, во едни такви неразвиени сообраќајни услови и квалитетот на услугата е на низок степен.

Експериментирање

Во секоја сообраќајна гранка експериментирањето започнува и трае различно, така што неможе да се утврди за меѓународниот туристички сообраќај тоа време како целина. Сообраќајот во овој период во некои земји се наоѓа во својот почеток, значи постои неразвиена меѓународна сообраќајна инфраструктура, како и неразвиени сообраќајни средства. Во едни такви неразвиени меѓународни сообраќајни услови и квалитетот на услугата се наоѓа на низок степен. Како резултат на сето тоа нормално е да несе очекуваат некои завидни резултати во економичното и продуктивно работење. Можеме одделно да го разгледаме периодот на експериментирање по одделни сообраќајни гранки.

Експериментирање во меѓународниот железнички туристички сообраќај

Во железничкиот сообраќај експериментирањето траело од 1825 до 1850 г., ако се има во предвид тоа што во голема мерка финансиските средства, недостасувале јасно ние зошто тоа е така. Потребно било да се вложува не само во сообраќајните средства (вагони и локомотиви), него и во инфраструктурата (сообраќајни згради, складишта, пруги и др.), и во нова опрема. На пример апсурд било да се мисли дека во железничкиот сообраќај можное да се постигне брзина од 40 km/h. По својата важност во ова време според сообраќајните резултати и др., далеку напредувал морскиот, езерскиот и речниот сообраќај.

Експериментирање во меѓународниот патен туристички сообраќај

Патниот сообраќај во туризмот, започнал подоцна со експериментирање, кон крајот на XIX век и траел до Првата светска војна. Кај овој вид на сообраќај присутна е состојба на:

- Ограничена побарувачка, мало производство на автомобили, недостиг на современи модели на организација во работењето, неразвиени сообраќајни средства, несоодветна патна инфраструктура и др. Да се истакне значајно е дека патниот сообраќај во својот почетен развој бил



соочен со неможноста да избори равноправност со железничкиот сообраќај, побрзо да се развива и поради разните законски прописи со кои се оневозможувал неговиот развој. Во некои земји со закон се предвидуvalo железничкиот превоз да има предимство, пред другите видови на сообраќај.

Експериментирање во меѓународниот воздушен туристички сообраќај

Воздушниот сообраќај во туризмот фазата на експериментирање започнала во почетокот на XX век, поточно од 1903 г., почетоците биле за потребите на армијата, многу ретко, или скоро никогаш војното воздухопловство не се користело за цивилни потреби. Експериментирањето како фаза траела до 1930 г. Во периодот од 1903-1930 г., важно е да се истакне дека постои мал интерес за развој и производство на авионите. Доколку постоел таков интерес, тоа било за производство на војни авиони (во периодот од 1914- 1919 г. Произведени се околу 200 000 авиони со таква намена.), а никако производство на авиони за превоз на патници и стока. Економски интерес подоцна се појавува исклучиво за производство на авиони за поштенскиот сообраќај, каде од 1930 г., интересот наеднаш пораснал. Авионите во оваа фаза се движеле со брзина од 100 km/h.

Изградба

Периодот на изградба запoкнува и трае различно кај одделни видови сообраќајни гранки. За овој период значајно е тоа што многу сообраќајни гранки постигнале одредени успеси на планот на: техничко усовршување на средствата (особено е присутно во железничкиот сообраќај), постепено усовршување и комплетирање на патната мрежа, државата станува важен носител на тој план со сопствено учество во финансирањето на ваквите проекти и др. Како последица на ова се јавува зголемување на квалитетот на услугите и намалување на трошоците во работењето (во железницата и до 80.1 %).

Изградба на меѓународниот железнички туристички сообраќај

Периодот на изградба на железничкиот сообраќај во туризмот запoчнува од 1850 г., и траел се до 1873 г., овој период во некои земји запoчнал дури сега или пак сеуште трае. Потребно е да се истакне дека железницата полека и сигурно станува главно сообраќајно средство во внатрешниот сообраќај. Ова се постигнува со една смислена акција на планот на изградбата на модерни и сигурни сообраќајни средства. Како и усовршување на патната инфраструктура. Веќе во 1863 г. Во сообраќајот постојат вагони за ручање, додека од 1865 г., постојат и вагони за спиење, исто така имаме и зголемување на влечната сила на локомотивите, се зголемува и сигурноста на системот за кочење (од 1872 г., запoчнува да се користи системот на воздушни кочници. Железничкиот сообраќај се повеќе се афирмира како превозно средство, со што ваквата своја положба се труди да ја задржи низ сите периоди, како и денес.



Во поголем дел од светот во тој период, железничкиот сообраќај се градел со приватен капитал, но треба да се спомни и несебичната помош на државата и поединци, кои во одредени моменти и подарувале на железницата земјиште.

Железницата јавната помош ја гарантирала со обврзници и со купување на железнички акции и др. државата пак во рамките на економската политика, на железницата и давала заеми, ја ослободувала од даноци и увозни царини. Сите овие мерки на помагање на развитокот на железничкиот сообраќај е од поширок национален интерес. Исто така и во нашата земја економската помош не е на одмет, поради голем број на причини едвај опстојува и разојот е стагниран особено железничкиот сообраќај. При тоа мора да се води сметка јавната помош да не поприми одредени негативности како на пример: скапата изградба, порастот на цените на земјоделските производи и др.

Изградба на меѓународниот патен туристички сообраќај

Периодот на изградба патниот сообраќај во туризмот го започнал после завршувањето на Првата светска војна, и воглавно се карактеризира со следното:

- Примена на усовршени технолошки средства, кои нудат пред се далеку подобри услови на планот на: сигурноста, трајноста, комфорот и економичноста.

За овој период следна карактеристика е:

- Побарувачката за моторни возила е зголемена, потоа следува намалување на трошоците при експлоатација на возилата по единица превозена услуга, модернизација и проширување на патната мрежа, пренесување на финансискиот товар за усовршување на патната мрежа на сопствениците на моторни возила преку разни такси (особено на мазивото и горивото) и др.

Изградба на меѓународниот воздушен туристички сообраќај

Периодот на изградба на воздушниот сообраќај во туризмот започнува од 1930 г., се до 1945 г., воздушниот сообраќај станува за многу земји интересен поради потребите на војната, и забележува завидно ниво во својот развој.

Особено значајни за овој период се добрите постигнати резултати во модернизацијата при изградбата на авионите. Разни легури се користат за таа цел при изградбата на авионите, кои се многу полесни од предходно употребуваните материјали на пример дрвото. Денес се градат мотори и до 3.500 KS, и му овозможува на авионите да летат на височина од 4000-5000 м., и брзина од 700 km/h. Првиот турбо млазник во овој период пуктен е во сообраќај во Германија, и развива поголема брзина од 700 km/h. Интересот кон изградбата на авионите овозможува зголемување и проширување на воздухопловната индустрија, која за кратко време го



зазеде првото место меѓу останатите индустриски гранки во високо развиените држави како во САД, Русија, Германија, Јапонија и др. Сето ова дава можност за производство на многу модерни летала за разновидни потреби како на пример цивилни, војни (спортски, деловни, патнички, рекреациони, санитарски и др.). денес современите и модерни летала имаат за задача да ги намалат трошоците при своето работење, значи имаме намалување на цените на превозните услуги и за 1/3 нешто слично како кај автомобилскиот сообраќај. Развиениот воздушен сообраќај бара изградба на модерна аеронавигациона опрема и инструменти како во леталата така и на земјата, бројот на воздухопловните аеродроми се зголемува, имаме модернизација на полетните и слетните патеки-а не со треба, се користи асвалтот и бетонот, има поголема удобност и сигурност во летањето и др. Најголемата брзина во овој период изнесува 755 km/h.

Ракетната индустрија се развива паралелно со авионската, се градат ракетни бомби од најсовремен вид. Овој вид на индустриска гранка силен зама во незиниот развој зеде кон крајот на Втората светска војна кога германците ги развиваа ракетните бомби со имината V1 и V2 .

Експанзија на меѓународниот туристички сообраќај

Експанзијата во разни земји настанува и различно трае во одделните сообраќајни гранки. Од повеќето моменти кои се значајни за развојот на сообраќајот се:

а) градење на големи транс континентални магистрали и брзо проширување на сообраќајната мрежа.

б) усовршување на сообраќајните средства технички и

в) трошоците во работењето да се намалат.

Зголемувањето на движењето на населението и изградбата на индустријата во неразвиените подрачја, како и порастот на територијалната поделба на трудот допринеле за масовната градба на железничкиот сообраќај. Кај најразвиените земји во железничкиот сообраќај овој период започнал во 1873 г., и траел до 1893 г. Овој период го карактеризираат неколку моменти:

а) комплетно или целосно дооформување на патната мрежа;

б) во сообраќајот се воведуваат силни локомотиви, вагони со двојно зголемена носивост;

в) се воведува државна регулатива во цените на превозот, преку соодветни тарифни системи и ;

г) брзината се зголемува особено кај патничките возови.

Во меѓународниот патен туристички сообраќај не е точно определен периодот на експанзија од аспект на неговиот почеток и траење. Во некои земји како почеток се земени триесетите години од XX век. Како најкарактеристични моменти занего се:

- рапидно зголемување на порастот на моторните возила;



- зголемување на бројот на возилата кои учествуваат во сообраќајот по сите основи,
- издржливоста на новите возила до генералната поправка е зголемена од 30000 на 130000 км.

Во 1911 г., во САД имало 270 фабрики за производство на афтомобили, во светот во 1928 г., произведени се 4.3 милиони автомобили, додека во 1976 г., произведени се 39.3 милиони автомобили. Најголеми европски фирми за производство на афтомобили се: Пежо, Ситроен, Рено и Фиат.

Во 2001г., Ситроен произведе 1000000 возила, од кои 30% за домашниот пазар и 70% за извоз. Рено во 2001г., продаде 2.3 милиони возила, во однос на 1995 г., имаме зголемување на продажбата за половина милион возила и до 2010 г., да продаваат по 4 милиони возила.

Во меѓународниот воздушен туристички сообраќај периодот на експанзија започнува од 1950 г., и тој период трае до денес. Карактеристично за овој период е тоа што некои земји, иако војната е завршена се обидуваат воздухопловството да го развијат на највисоко ниво. Од 1960 г., започнува производството на првите комерцијални авиони со капацитет до 100 патници. Се модернизира и самото летало, така американците во 1947 г., со експериментален авион летаат побрзо од брзината на звукот, со тоа се пробива звучната бариера. Се појавува и хеликоптерскиот сообраќај, поинтензивно се градат нови аеродроми, и тие стануваат економски организации со разновидни активности.

Вселенската ера започнува со лансирањето на првиот сателит околу земјата во 1957 г., и со патувањето околу земјата во 1961 г., индустријата за воздушни летала се развива со огромна брзина и се произведуваат многу брзи и модерни летала, како авиони и вселенски ракети.

Зрелост на меѓународниот туристички сообраќај

Многу е тешко да се одреди кога започнува и до кога трае, посебно по одделни сообраќајни гранки и држави. Како поважни моменти од овој период се неколку како на пример:

- стагнацијата во изградбата, усовршување на сообраќајната регулатива, усовршување и модернизација на постојните сообраќајни средства и др.

Сето ова дава да имаме намалени ртошоци во работењето и зголемен квалитет во сообраќајната услуга.

Во меѓународниот железнички туристички сообраќај периодот од неговата зрелост или така наречен (интензификација), започнува да се појавува кај високо развиените земји од 1893 г., и трае до денес, додека во некои земји истиот не започнал. Железничкиот сообраќај во овој период ја достигна својата целосна зрелост. Карактеристично е што изградбата е мала, воглавно се градат споредни колосеци, промени има и кај сообраќајните средства, истите се заменуваат со по модерни и поусовершени како на пример воведени се во употреба челични вагони со носивост до 42 тони по вагон. Стартуваат во исто време и брзи деловни возови.

Во Европа првиот брз воз е Еуростар кој започна да вози на 14.11.1994 г., на релација Лондон-Париз која релација ја минува за три часа, додека тунелот Ла Манш го поминува за 20 минути. Во Австралија се предвидува од страна на една Германска компанија да се пушти во сообраќај најбрзиот воз кој би се движел на релацијата Сиднеј - Камбера со брзина 550 km/h, каде



растојанието од 285 километри би се поминувало за еден час, а билетот би бил за двапати поевтин од авионскиот.

Во меѓународниот патен туристички сообраќај се јавуваат одредени тешкотии во периодот на зрелост, се однесуваат од неможноста на дадената инфраструктура да го опслужува целокупниот возен парк. Доаѓа до појава на т.н. тесно грло, каде од една страна е брзиот пораст на патните сообраќајни средства и потребната инфраструктура. Сообраќајните услуги губат од својот квалитет, како на пример од економичноста, брзината, безбедноста и др. Како голем пробле кој се јавува е паркирањето на возилата, поради недостиг на места се паркира каде ќе се стигне. Денес во светот постојат повеќе од 160 фабрики за производство на автомобили. Производството на автомобили е за три пати побрзо од порастот на населението во светот. Бројот на возилата кој се наоѓаат во сообраќај во 1948 г., изнесувал 57.8 милиони, додека во 2003 г., бројот изнесувал околу 500 милиони и е во постојан пораст.

Најголем број на автомобили во светот има САД, во 1972 г., имало 18.6 милиони, додека бројот на населението изнесувал 210 милиони. Во 2003 г., во Западна Европа во сообраќајот вклучени се вкупно 12 милиони автомобили, и 1.2 милиони комерцијални лесни возила. Во нашата земја во 2003 година во сообраќајот биле вклучени 300000 возила, од кои 260000 се лесни патнички возила.

Во меѓународниот воздушен туристички сообраќај периодот на зрелост значи изградба на модерни и брзи летала, усовршување на јавната регулатива на меѓународни размери, подобрување на квалитетот на превозот и др. Ваквиот развој резултираше со одредени достигнувања, кои дотогаш биле непојмливи за човекот.

Ќе наведеме неколку достигнувања во воздушниот сообраќај:

а) во 1968 г., започнува градбата на авионскиот нуклеарен носач во САД, кој може да носи товар од 95000 тони и 90 авиони;

б) на 21.8.1969 г., човекот за првпат стапнал на Месечината;

в) Боинг 747-200 како супр авион, може да прими и до 500 патници, и максимална тежина од 353 тони;

г) во 2002 г., направено е тестирање на млазен мотор за летови со брзина од 8 маха, се верува дека ќе овозможи авионите да достигнуваат брзини до осум пати поголеми од брзината на звукот. Така наречениот супер брз млазен мотор би можел да го револуционизира патничкиот авионски сообраќај и лансирањето на ракети во вселената.

д) Создадени се услови за производство на 620 борбени авиони од типот Еурофајтер, во Германија, Британија, Шпанија и Италија.

ѓ) Француско-британскиот надзвучен авион Конкорд во 1976 г., е пуштен во редовен сообраќај, неговата брзина изнесувала 400 km/h.

суштината економска во напредокот на воздушниот сообраќај во иднина е во тоа што постојат мал број на луѓе кои можат да платат повисока цена за тој сообраќај, како што денес одредени милионери плаќаат за туристичка посета на месечината или за обиколка околу планетата, доколку ваквата побарувачка стане поголема, постојат реални претпоставки во иднина овој сообраќај да забележи уште поголема експанзија.



ЕВОЛУЦИИ И РЕВОЛУЦИИ НА МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ

Еволуции на меѓународниот туристички сообраќај

Под поимот еволуција на сообраќајот се подразбира, неговиот развој кој се темели на воведувањето на разни иновации во процесот на работењето. Станува збор за еволутивни промени кои значат воведување на такви иновации во сообраќајот кои дотогачниот развој неможел да ги замисли. Во еволутивниот пат на сообраќајот постојат осум различни стадиуми од неговиот почетен развој до денес. Земјите со развиен животен стандард секогаш се наоѓаат на највисоката скала од тој развој. Секогаш со развојот на сообраќајот, расте и животниот стандард и обратно. Меѓу нив постои изразена позитивна меѓузависност.

Во првиот стадиум потребите од сообраќај биле незнатно изразени, поради тоа што размената била на ниско ниво. Во периодот на првобитната заедница населението го користело сообраќајот за пренесување на некои предмети од местото на најдување до местото на живеење. Развиено било и земјоделството и занаетчиското производство со други зборови, се што се произведувало се користело од истата заедница. Сообраќајните средства биле доста примитивни. Во тој период сообраќајот единствено се одвивал само по речните и морските патишта. Немале можности за пошироки економски и културни врски, станува збор за затворено општество без никаква мобилност. И денес постојат вакви примери каде населението живее во првиот стадиум, каде животот им је многу лош. Со развојот на сообраќајот ќе се зголеми и нивната мобилност, со тоа и животот ќе им стане полесен и поубав.

Вториот стадиум се совпаѓа со периодот на робовладетелското општество. Сообраќајот прави мали развојни чекори како резултат на зголемувањето на обемот на земјоделското и занаетчиското производство, со низок степен на негово интеграционо поврзување. Ова бара соодветно усовршување на сообраќајните средства, за да може да се одржува трговија помеѓу две земји. Трговците се носители на сообраќајот, поради тоа што тие се и сопственици на сообраќајните средства како на пример запрежните коли, бродовите и др. Тие исти луѓе ја транспортирале стоката и ја носеле на пазар за продажба. Ова ни укажува на тоа дека сеуште сообраќајот не се издвојува во самостојна стопанска дејност. Вториот стадиум го зафаќа и почетниот период од феудализмот, и доаѓа до одредено опаѓање на сообраќајот. Многу патишта од римско време се запоставени и напуштени и недоволно се користеле, значи сеуште имаме натурално производство, кое во ограничени размери се разменува помеѓу одделните феудални единици. Во подоцнежниот развој на феудализмот особено во приморските градови на Северното Море, Атлантикот и Средоземното Море, започнало да се развива стоковното производство и со тоа сообраќајот повторно оживеал. Започнала изградба на посовремени патишта од камен, речни канали за многу се намалуваат трошоците во превозот во однос на традиционалниот превоз кој се одвивал на копно и вода. Со ова се зголемува радиусот на продажба на стоките и на патувањата.

Во третиот стадиум со порастот на стоковното производство и размената, сообраќајот се одделува како самостојна дејност. Ова е времето на капиталистичкото производство, кога на големо се создадени сите услови за организиран превоз на писма, (поштенски сообраќај), како и превоз на



патници помеѓу поголемите градови. Најразвиен сообраќај во овој период има Англија, поради тоа што е колевка на капитализмот. Овој период уште може да се наречи и период на транспортната механизација и индустријализација. Благодарение на пронајдувањето на парната машина се развиваат парабродот и првата железница.. народот ја зголемува својата подвижност и животниот стандард. Започнува да се чувствува свежина во развојот на сообраќајот и во животот на луѓето.

Во четвртиот стадиум уште повеќе се зголемува подвижноста на населението. Масовното производство бара широки можности за пласман, кое нешто бара и соодветен транспорт. Неминовни се и нови вложувања во сообраќајот на изградба на железници и бродови. Овдека како главни финансиери се јавуваат државите. Развојот на техниката придонесе да се изградат нови сообраќајни средства. Таков е случајот со новите афтомобили кои имаат важно место во сообраќајниот систем, како и камионите и афтобусите. Со развојот на сообраќајните средства се градат и патишта од современ тип. Непостои повеќе ограниченост во движењето кое нешто порано било наметнато од тогашниот превоз на водните пловни патишта и железницата.

Во петиот стадиум имаме мобилност од најсовремен вид, во овој период се појавуваат и авионите во сообраќајот, со што е зададен целосен удар на растојанијата помеѓу одделните континенти и држави. Државите како да се обединија благодарение на големата брзина со која се движат сообраќајните средства.

Во шестиот стадиум од развојот на сообраќајот важни се следните карактеристики: одредена претовареност во сообраќајот и мобилност од највисоко ниво. Ваквото чувство е присутно на градските улици, железничките пруги, патните сообраќајници, на одделни воздушни аеродроми и др. Овој стадиум е присутен кај развиените држави, исто така со проблемот на презагушеност присутен е и кај земјите во развој. За овие земји е важна нивната урбана голема пренаселеност, која прави додатни проблеми на планот на сообраќајот, поради тоа што истиот не располага со доволно капацитети во патната мрежа, за да им излезе во пресрет на сите моторизирани патници. Постои можност ваква неподвижност да се јави и кај најразвиените држави и најсообраќајните точки.

Во седмиот стадиум се прават напори за надминување на овие проблеми во сообраќајот. За да успееме на тој план се инвестираат големи финансиски средства во производство на таков вид летало со кое ќе може да се развие брзина за совладување на привлечната сила на другите планети. Со тоа и човекот ќе може да лета во вселената, се однесува на периодот после 1960 г.

Во осмиот стадиум проблемите кои се јавуваат со застоите и останатите проблеми и пречки на избраната маршрута на движење во една земја или низ разни држави, влегува во нова ера од неговиот развој. Приодот кон проектирањето и производството на лесни и товарни возила со осигурување на голема безбедност, преку автоматско спречување на судирите, радикални промени има и во експлоатацијата на машините, изградба на автоматизирани автостради, каде управувањето со транспортните средства можиме да го препуштиме на крајпатните компјутери кои ги пренесуваат командите за управување со помош на инфра црвени прибори. Покрај технологијата која е предвидена за опремување на патните магистрала исто така е предвидено и опремување на автомобилите со нова автоматизација. Овие зафати се



очекува да заживеат во почетокот на наредниот век и се познати под името телематика. Технологијата која е веќе разработена со осум годишната програма на истражувања Прометеј, во која учествува европските производители на електронски системи и на лесни и тешки возила. Сега на сообраќајните служби им престои обврска и задача за најефикасно користење на оваа техника. Демонстрацијата на новиот навигационен систем Карин кој е презентираан во Париз од француската компанија Филипс електроник. Проектот Прометеј на Европа и обезбедува технолошка предност. Во САД исто така е објавена програма вредна 200 милиони долари за создавање на национална автоматизирана автомагистрала. За оваа цел е формиран конзорциумот Џенерал моторс со период од седум години. Во Јапонија веќе возачите користат навигационски системи и вградени телематски средства. Денес во Јапонија околу 700000 возачи користат современа опрема од телематиката со тоа се поставени темелите на новата индустриска гранка.

Револуции на меѓународниот туристички сообраќај

Зборот револуција во сообраќајот значи воведување во процесот на работењето некои дотогаш епохални изуми со чија помош, благотворно се дејствува на развојот од сообраќајот. Преломните моменти кои во сообраќајот би можеле да се означат како револуционерни. Различни се мислењата за бројот на револуциите, некаде се споменуваат три додека кај нас во сообраќајот постојат четири револуции:

1)Првата сообраќајна револуција настанува во 1769 г., со изумот на парната машина на Џејмс Ват, со тоа се случи голема промена во сообраќајот. Овој пронајдок може без било какви ограничувања, временски, просторни, климатски и др., да ги замени дотогашните извори на енергија од (ветерот, водата, човекот и животните).

Создадена е т.н. механичка енергија со помош на оваа машина, чија примена се овозможи појава на новиот индустриски начин на производство. Рачната работа како и енергијата на природните извори, во масовното производство се заменуваа со механичката, која создала услови за попродуктивно и поекономично работење. Производството се зголемува со над просечни резултати во сите стопански дејности.

Со индустриската револуција, сообраќајот од една страна доби машина и извор на енергија за движење на своите превозни средства, а од друга страна и нови материјали за замена на постојните, кои воглавно како да биде ограничувачки фактор во зголемувањето на бројот на превозните средства. Таков е примерот со дрвото во бродоградбата е најилустративен.

Во првата револуција на сообраќајот се појавува и моторното возило, кое со својот развојен пат значи развојна сила за целото човештво. Појавата на моторното возило направи промени во свeратa на производството, услужните дејности (како што е примерот со туризмот), нови патишта се градат и др. комплетно се смени начинот на живот на населението со атрибути на благосостојба, како и воспоставување на поблиски врски на народите во светот.

2) Втората сообраќајна револуција во туризмот се темели на епохалниот пронајдок на авионот. Сонего човекот може да се движи во вселенскиот простор и да опатува на другите планети. Со неговите технички карактеристики ова летало може да ги совладува силите кои го ограничуваа човековото движење во вселената каде владеат физичките закони на земјата. За секогаш е симната изолацијата која постоела дотогаш со неразвиените и зафрлени



региони на земјата, до кои пристапот бил невозможен. Сега со помош на хеликоптерот и авионот тоа се прави на наједноставен начин. Како почеток на воздушната ера е земена 1903 г.

3) Третата сообраќајна револуција започнува со пронајдување на летало или збир на летала, кои ќе можат да создадат енергија со чија помош би се достигнала брзина која ќе биде во состојба да ги совлада привлечните сили на небеските тела кои го оневозможуваат движењето на човекот во вселенскиот простор. Почетокот е направен во 1957 г, со лансирањето на првиот земјен сателит Восток 1 на 4.10.1957 г., првиот астронаут како човечки екипаж кој бил испратен околу земјата бил Јуриј Гагарин на 12.4.1961 г. Брзината која била потребна од 7.9 км во секунда за лансирање на вештачките Земјини сателити и нивното кружење околу неа. Брзината која требало да ја достигнат леталата од 11.2 секунди е потребна за совладување на привлечните сили на земјата и преминување во гравитационото поле на другите планети од сончевиот систем. Ваква била брзината на леталата кои се лансирале во вселената до планетите Марс и Венера како и вселенските бродови до месечината со и без човечки екипаж. За да се излезе од сончевиот систем треба да се достигне третата брзина поголема од 16.7 км во секунда.

-Како прва вселенска брзина се смета лансирањето на вештачки сателити околу земјата во кружно движење.

-Како втора вселенска брзина се постигнува со ослободувањето од ограничувањата кои му ги наметна гравитационата сила во однос на движењата до другите небески тела на Сончевиот систем. Човекот сеуште неможи да оствари слободна пловидба низ вселенскиот простор.

Првиот стан за Меѓународна вселенска станица е испратена од Русите на 13.7.2000 г., главниот дел од модулот Свезда се состои од: лабораторија, простории за спиење, кујна, бања и просторија за вежбање. Модулот ќе обезбедува воздух, вода, храна, разладување на космонаутите, дополнително осветлување за експериментите и слетувачка рампа за вселенските летала кои ќе пристигнуваат и заминуваат од Станицата.

Меѓународната вселенска станица беше меѓународен проект на Европа, САД, Русија, Канада и Јапонија. Таа целосно беше завршена во 2005 г., и чинела околу 60 милијарди долари.

4) Четвртата сообраќајна револуција. Првиот светски конгрес кој се одржал во Париз во 1994 г., за примена на технологијата на телематиката- интегрални средства за обработка и емитување на податоци во сообраќајот и со тоа се удрени темелите на новата револуција во сообраќајот, која ветува радикални промени во производството на возилата и нивното опремување. На првиот конгрес беа донесени следните заклучоци кои се однесуваат на примената на нови средства и услуги:

А) Создавање на нови големи пазари за производителите и за операторите во технологијата на телематиката;

Б) Создавање на меѓународна мрежа од такви афтопатишта кои ќе им овозможат на возачите да ги избегнуваат застоите и другите пречки кои им стојат на патот, а се опасни по безбедноста на возењето;

В) Радикална промена на приодот кон проектирањето и производството на лесни и товарни возила со осигурување на зголемена безбедност, меѓу другото преку автоматско спречување на судирите, радикална промена на начинот на експлоатација на машините- изградба на автоматизирани автостради на кои, возачот практично може да го пропушти управувањето со транспортното



средство на крајпатните компјутери кои ги пренесуваат командите за управување со помош на инфра црвени прибори.

Еден таков пример е Париското метро кое е едно од најстарите и во светот на почетокот од 21 век влезе со автоматски возови без возачи. Возовите се управувани од автоматски компјутерски систем, возовите се со гумени тркала и се движат со голема брзина, и новата линија е долга само 7 км. Новите возови се далеку по луксузни и по брзи, тие ќе се движат со брзина од 80 км на час, што е двапати побрзо од актуелните линии. Тие се управувани од компјутеризиран центар, со помош на видео камери кои се поставени по должината на пругата. Од четвртата сообраќајна револуција се очекува:

- зголемена сигурност во возењето и
- голема заштеда на материјални средства.

Со примената на телематиката годишно во ЕУ ќе се заштедуваат околу 20 милиони еки, за расходи поврзани за одредени хаварии, застои, загадување на животната средина и др.

Во Јапонија веќе се поставени новите темели на новата сообраќајна револуција на XXI век. При обавувањето на превозната услуга на големо ќе се користат следните средства:

а) Возачите ќе разменуваат информација со крајпатните светилници добивајќи од нив податоци за сообраќајните застои и препораки за вградениот во возилото навигационен систем за избор на нова маршрута.

б) Систем за предупредување при судири. Вградените инфраструктурни и радио локациони предаватели го скенираат пространството пред афтомобилот предупредувајќи го возачот на пречките;

в) Електронска наплата на станица на афтопатиштата.

г) Автоматизирана контрола на брзината и уредноста на движењето. Ултра звучни, телевизиски, инфрацрвени и радио локациски предаватели одржуваат безбедно растојание меѓу возилата и колоните.

д) Видео индикатор на оперативни податоци, предупредува за застои и хаварии на патиштата и дава препораки за заобиколување на загрозената делница доколку тоа е можно.

Денес пред сообраќајните работници престои задача за најефикасно користење на новата технологија. Ваков пример за незините можности е демонстрацијата на новиот навигационен систем Карин кој е демонстриран во Париз од француската компанија Филипс Електроник. Според цифрената карта што се наоѓа во секое возило, воведени со видео индикатор на панелна плоча, таа може да го управува движењето на автомобилите низ цела Франција. Ерата на телематиката позната е во сообраќајот како четврта револуција.



ЧЕТВРТИ ДЕЛ: ДЕНЕШНА СОСТОЈБА НА МЕЃУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧКА СООБРАЌАЈНА МРЕЖА

Состојба на светската сообраќајна мрежа

Сообраќајот од секогаш представувал и представува основниот фундамент во развојот на туризмот. Тоа е и разбирливо, ако се знае дека сообраќајното поврзување и создавањето на сообраќајни услуги представува императив за просторното поврзување на разни делови од светот кое се туристички атрактивни. Со како квалитет ќе се одвива тоа сообраќајно поврзување, во многу зависи од степенот и карактеристиките на развитокот на сообраќајот.

Доколку големината и квалитетот на сообраќајната мрежа и превозните средства се на високо рамниште, тоа значи дека постојат сите шанси, луѓето од даденото подрачје, или држава да мозат да ги придобијат сите благодети на цивилизираното општество кои произлегуваат од туристичките патувања.

Со реализирањето на четвртата општествена поделба на трудот, со која сообраќајот се издвојува од другите стопански дејности (земјоделство, индустрија и трговија), и со сообраќајните револуции, се создадоа сите услови човекот да патува и на најодалечените места од нашата планета, како и надвор од неа, во Сончевиот систем.

Во светски размери, постои нерамномерност во распространетоста на сообраќајната мрежа. Тоа значи одредени делови од нашата планета се карактеризираат со широко развиена сообраќајна мрежа, додека други делови, имаат недоволно развиена или воопшто немаат сообраќајна мрежа. Најголемата концентracија на сообраќајната мрежа се наоѓа во подрачјето на западна Европа (со Велика Британија), јужните делови на Јапонија и источна половина на САД. Наспроти ваквата состојба, во јужното и северното поларно подрачје не постојат скоро никакви сообраќајци. Меѓу овие две крајни состојби, се наоѓаат и такви подрачја кои сега ги прават првите напори на планот на развојот на патната мрежа, така што таму постојат одредени сообраќајници, кои овозможуваат какво такво туристички патување. Такви подрачја се земјите во Јужна Америка (пред сè, нејзините централни и североисточни подрачја), потоа подрачјата на Сахара во Африка, пустинските подрачја и подрачјата со високи планини во централна Азија, како и централните делови на Австралија.

Потребата од сообраќајна отвореност и на овие подрачја секако е неминовност, која да веруваме дека во најскоро време ќе биде реализирана, ако за нешто друго, барем заради мотивираноста од туристичките потреби. Сообраќајно неотворените или со потребната сообраќајна мрежа недоволно покриените подрачја, може да се рече дека се денешни или потенцијални подрачја со големи градителски зафати. Изградбата на авто-патишта, а низ собирот степските пространства изградба на железнички мрежи, како и воздушни пристаништа е неопходност против кој не се може и колку да се одложуваат работите на тој план. Кога-тогаш, нивната реализација ќе биде стварност, па затоа, подобро сега, отколку подоцна.

Имајќи ја во предвид досегашната состојба на планот на изграденоста на подрачјата во светот со сообраќајна инфраструктура, неизбежна е нивната поделба на две групи: **подрачја со богата сообраќајна инфраструктура и подрачја со недоволна покриеност со патна мрежа**. Во првата група спаѓаат земјите кои во светски рамки важат за земји со развиена економија, а во втората група, обично влегуваат земјите кои економски се помалку развиени и се сиромашни со природни богатства. Во услови кога населението во светот



постојано се зголемува, со што, постојат сите услови, туристичките патувања уште побрзо да се зголемуваат, доведува до потребата од пораст на сообраќајните потреби.

Територијална распределба на туристичките патувања

Брзиот пораст на туристичките патувања нужно барал зголемување на сообраќајните капацитети на патиштата, терминалните превозните средства и опремата. Покрај зголемувањето, неминовна е и нивна модернизација и реконструкција. Големината на туристичките патувања искажани во бројот на туристи е прикажано во Табела 22.

Според изнесените податоци во табелата е видливо дека земјите со развој стануваат се позначаен туристички потенцијал, покрај другото, благодарејќи на развиената сообраќајна мрежа. Примерот со туристичките патувања на Блискиот Исток, кои иако представуваат само две одсто од меѓународните туристички патувања, тие во 2005.година се зголемија за 14,8% а предходните за речиси 33,5%. Во Египет, земја која ја посетиле четворица од секој петти турист на Блискиот Исток, предходните се зголемија за 95% односно 2,7 милијарди американски долари, додека патувањата забележале пораст од 2,8 милиони, односно за 27%. Општа е оценката дека меѓународниот туризам во 2005.година побрзо се развивал во земјите во развој, одколку во индустријализираните земји, при што е забележано големо зголемување на туристичките приходи со нивните дестинации на третиот свет. Во целиот свет изорот се зголемил на 4.5 насто.

За промените кои настанале во туристичките дестинации, а тоа значи и за мотивите, јасно укажуваат и статистичките податоци кои се дадени од старана на Светската туристичка организација. Според нив, меѓународниот туризам во 1950.година бил исклучиво концентриран на 15 земји, додека на сите останати им припаѓало само околу 3 насто од туристите. Од тие 15 земји, првите пет според редоследот оставарувале дури 72% од меѓународниот туристички промет. Во 1970.година на првите 15 земји им припаѓало околу 76% од вкупниот промет, од кои на првите пет, само 42 насто, а додека 2005.година учество на првите 15 земји е намалено на 68 насто, а учеството на другите порасна на 32 насто. Во таа година, првите пет земји оставарувале само околу 39% од целиот туристички промет.

Меѓународните туристички приходи опфаќаат над осум насто од светската заработувачка од извоз, повеќе од било која друга категорија на извози, и представуваат една третина од трговските услуги во целиот свет.

ТУРИСТИЧКИ ПАТУВАЊА ВО СВЕТОТ ЗА 2005.ГОДИНА

Патувања	%разлика	Приходи	%разлика
2005/2004		2005/2004	
Блиски Исток	+14,8	+33,5	
Јужна Азија	+13,0	+19,0	
Источна Азија			
(Пацифик)	+11,6	+14,5	
Америка	+7,4	+2,5	
Европа	+4,3	+10,7	
Африка	+2,0	+4,0	
СВЕТ	+4,8	+8,2	

Извор: Светска туристичка организација, 2006г.



Ваква значајна прераспределба на туристичкиот промет не е последица само на промените барања и економските можности на страната на туристичката побарувачка, туку и на соодветните реакции на страната на вкупната туристичка понуда. Сигурно е дека тука, покрај другите фактори на страната на понудата, значајна улога одиграле новите сообраќајни погодности, особено во воздушниот сообраќај. Започнаа да се бараат се повеќе нови дестинации кои дотогаш биле малку или воопшто не биле познати на пазарот, и кои во најголем број на случаи се бројувале во групата на далечни дестинации (лонг хаул)

Дека е така, ќе се послужиме со одредени податоци на Светската туристичка организација, според кои, меѓу првите пет земји во 1950. година не влегуваше ниту Шпанија, ниту, Унгарија, а кои, во 2005. година го заведоа 3 и 5 место на ранг листата. Во 2005. година меѓу земјите од 6 до 10 место спаѓаат и Мексико (на 8 место) и Кина (на 9 место), кои не беа на тоа рамниште во својот разој во 1970. година. Тенденцијата на деконцентрација на туристичкиот промет во правец на нови дестинации може да се види и од фактот што просечната годишна стапка на пораст на туристичкиот промет на периодот од 1993. година до 2005. година беше најмала во Европа (4,5) потоа доаѓа Америка со 6,8% додека сите останати светски туристички региони забележале повисока годишна стапка на раст: Источна Азија и Пацификот 15,5%, Африка 14,2% итн. Вкупната просечна стапка на раст за истиот период, за целиот свет изнесува 7,5%. Ваквата тенденција на структурни промени се предвидува и во периодот до 2010. година, со тоа што, Европа и понатаму ќе го задржи првото место меѓу туристичките регии (53,4 насто). При оваа, треба да се знае дека во ранг листата на емитивните земји спрема потросувачката на нивните жители во странство, или мали, незначителни промени. Како најсилни туристички потрошувачи се издојуваат САД и Германија. На 3 место во 2005. година се проби Јапонија, (која во 1950. и 1970. година не се вбројуваше ниту меѓу првите 15 земји). Инаку, учеството на првите 15 земји во вкупните светски туристички давачки се намали од 92% во 1950. година на 75% во 2005. година.

Глобалниот пораст на меѓународниот туристички сообраќај се движел од 20 милиони туристи во 1950. година на 700 милиони во 2005. година. Според изворите на ЊТО (Светска туристичка организација) зголемувањето на бројот на туристите ќе продолжи и во периодот до 2010. година, кога се очекуваат 937 милиони посетители.

Ако сакаме да одговориме на прашањето: зошто сообраќајната мрежа и сообраќајните средства се нерамномерно распоредени во светот, мора да се истакне дека тоа е резултат на фактот што повеќе од две третини од општествениот производ (синтетички показател за резултатите од работењето) во светот се создава во само една петина од земјината површина. Тоа значи, заради слабите економски прилики, одредени земји не се во состојба за развој и усовршување на сообраќајната мрежа и сообраќајните средства.

Во однос на учеството на сообраќајните гранки во подмирувањето на туристичките потреби на населението, може да се констатира дека сите учествуваат во таа работа, но, тоа нивно учество е со големи варирања, како меѓу самите сообраќајни гранки, така и меѓу одделни земји. Исто така, постои одредено варирање и во однос на времето, како и варирање во однос на превозот на домашни или странски туристи.



Во продолжение, ќе го разгледаме учеството на одделните сообраќајни гранки во подмирувањето на туристичките сообраќајни потреби, сега и во иднина, во светот, а ќе направиме и посебен осврт за насата земја.

ЗЕЛЕЗНИЧКИ СООБРАКЈАЈ

Зелезничкиот сообраќај представува една од ретките сообраќајни гранки која најпрво почнува да се применува за превоз на туристите. Само по неколку години од создавањето на механичката енергија со употреба на парната машина за придвижување на транспортните средства, во копнениот сообраќај се појавува железницата. Ова е и првата сообраќајна револуција која создава простор за револуционерни промени во туризмот.

Првиот редовен железнички сообраќај започнува на 26 септември 1825. година на марсута Стоктон-Дарлингтон, во Англија, овој ден е земен и како роденден на железницата. Оваа локомотива на должина од 40 км во 30 вагони превезла 50 тона товар и 450 патници, со брзина на движење од 19 км/час. Во наредниот период, железничкиот сообраќај уште повеќе се усовршува, како на планот на брзината на движењето, така и на планот на неговата превозна способност. Така, за многу кратко време, поконкретно во 1829. година пуштена е во сообраќај железница кој се движи со брзина од 56 км/час, позната под името вРокетаг. Во светот во 1895 имало изградено вкупно 983 илјади км пруга, во 1910.г. 1416400 км, и во 1933.г. 1739800 км. Од оваа година започнува периодот на постепено опаѓање, на железничката мрежа во светски размери. Така во 1938.г. светската железничка мрежа е намалена на 1705400 км, со тенденција за понатамошно нејзино намалување.

Од овие податоци се гледа дека нејголемо зголемување на железничката пруга е забележано во втората половина на 19 век. Порастот на должината на пругите во одделни земји е сообразен со нивниот стопански развој. Така, најмногу железничка пруга е изградено во Европа, и тоа во Англија и Франција, кои важеле за земји економски неразвиени. Но, на тој план со ништо не заостануваат и САД, каде за многу кратко време, и тоа за околу 50 година е изградено околу 350000 км железничка пруга. Ваквата изградба, придонесе оние земји уште повеќе на економски план да зајакнуваат. Развиениот железнички сообраќај, мултипликативно влијаеше во развој на целото стопанство во тие земји, односно придонесе за одредена благосостојба на тамошното население.

Во услови кога железничката мрежа во развиени земји повеќе не се проширува, па дури и се намалува, заради демантирање на одредени делови од мрежата која се покажала како нерентабилна, во неразвиените земји или кај земјите во развој, големината на сообраќајната мрежа и понатаму се зголемува. Тоа е од проста причина, што моменталната состојба на железничката мрежа не може да ги задоволи пораснатите потреби за превоз, од аспект на нејзината големина, како и од аспект на слабото нејзино техничко ниво. Таквата појава, се уште, не успеала во целост да ја надмине состојбата со нерамномерното разместување на железничката мрежа во светот. Таа нерамномерност во распространетоста на железничката мрежа во светот може илустративно да се прикаже со користењето на повеќе показатели. Во конкретниот случај, како показател го зедовме споредувањето на површината и големината на железничката мрежа на одделни континенти.



РАСПРОСТАНЕТОСТ НА ЖЕЛЕЗНИЧКАТА МРЕЖА

Континент	% на учество во вкупната големина	
	Површина	Железничка мрежа
Европа	7,4	31,5
Северна Америка	17,4	39,6
Јужна Америка	13,3	7,6
Азија	32,9	12,1
Африка	22,3	5,5
Австралија	6,7	3,7

Од податоците во табелата 23 произгледува дека констатацијата за нерамномерниот распоред на железничката мрежа во светот прикажана во однос на учеството на секој континент во вкупната површина, е издржана. Имено, од табелата јасно се гледа дека континентите кои имаат најголемо учество во вкупната површина немаат и најголемо учество во вкупната железничка мрежа. Примерот со Африка на тој план е најилустративен.

Како последица од ваквата состојба со распространетоста на железничката пруга во светот би требало да произлезе потребата од перманентно пратенје на сообраќајните потреби, со единствена цел, модернизација на постојната мрежа и нејзино проширување. Секако, со модернизацијата ќе бидат пред се, окопирани развиените земји, додека овие другите, неразвиените и земјите во развој, ќе настојуваат покрај модернизацијата на постојната мрежа, да прават посебни напори и за нејзино проширување.

МОДЕРНИЗАЦИЈА НА ЖЕЛЕЗНИЧКАТА МРЕЖА

Скоро два века железничката игра клучна улога во туристичката економија, обезбедувајќи солидни транспортни основи преку континентот и олеснувајќи ги, ако не, и стимулирајќи ги, големите индустриски револуции. Меѓутоа, во последните три децении, сведоци сме на постојано губење на пазарот на патничкиот железнички сообраќај и посебно услугите на товарниот железнички сообраќај во натпревар со другите сообраќајни гранки. До извесна мерка, овој феномен може да се објасни со надворешни фактори и трендови. Сепак, не може да не се забележат внатрешните недостатоци на овој сектор кои го прават да не е во состојба да се приклучи и да одговори на промените на пазарот во подолг временски период и да отвори нови бизнис модели. Освен тоа, државните субвенции за железничката останале многу важни: субвенционирањето на железничката е на второ место, зад земјоделските субвенции.

Со задоцнување оваа констелација предизика бран национални реформи со цел:

- подобар преглед и промени во бизнис моделите, како што се инкорпорирање или приватизација, насочени субвенции, поголема разлика во цените, (разлики во квалитетот на услугите), итн.
- воведување конкуренција на европско ниво, пред се во товарните услуги каде што е многу значајно подрачјето на работење; идејата за крај на монополот и ексклузивните права е да се поттикнат моќни и трајни иницијативи за



подобрување на структурата и изведбата на железницата, а оттука и нејзината конкурентност заедно со пазарното учество.

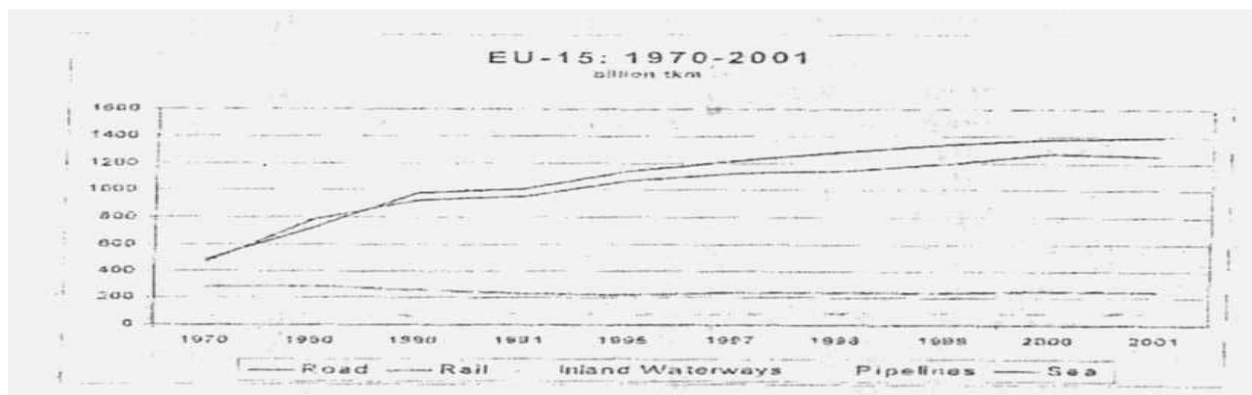
- повторно регулирање на железницата со фокусирање на недостатоците на пазарот (како што се природниот монопол, безбедноста и асиметричната информација) во целиот внатрешен пазар а оттука да ги заменат старите, неефикасни и нецелосни регулативи со нејзините огромни трошоци за економијата и општеството.

Во продолжение на учебников, ќе ги разгледаме реформите во економијата на железницата во ЕУ, кои се во тек. Потоа, ќе продолжиме со економска анализа на секторот, неговите падови на пазарот и неговите технички и економски бариери за влез во внатрешниот железнички пазар на Унијата.

ЖЕЛЕЗНИЧКИОТ СООБРАКЈАЈ ВО ЕУ

На железницата во ЕУ воопшто не и оди добро. Падот на пазарното учество е голем, и изгледа неповратен. Подвоеноста ќе доведе до згаснување на товарниот сообраќај многу брзо, а во најдобар случај статичка позиција во патничкиот железнички сообраќај како маргинален играч во транспортот. Неколку податоци ја покажуваат драматичната природа на овие трендови.

Во последните 30 години, во присуство на стабилен пораст од 2.5 до 3 % на патничкиот и товарниот железнички сообраќај во Европа, железничкиот транспорт во ЕУ е во неповратно опаѓање. За целиот транспорт сектор, порастот беше воден од прекуграничниот превоз. Продлабоцувањето на внатрешниот пазар во доцните 1980-ти 1990-ти години го зајакна овој тренд. Како и да е железничкиот сектор не профитираше од ваквиот развој. Во случајот на товарниот сообраќај, загубата на железничкиот товарен сообраќај не се изразува во релативни туку во апсолутни големини. Утврдено е дека во периодот 1990-2001 мерено во тон километри товарниот сообраќај во глобала пораснал за 25%, патниот сообраќај се зголемил за 30%, а железничкиот товарен сообраќај опаднал за 6%. Во периодот 1970-2001, пазарното учество на железничкиот сообраќај се намалило од 21 % на 7,8%. (графикон 1).



Рoad-патен сообраќај, Раил-железнички сообраќај, Инланд Ватервасc-воден сообраќај, Пипелинес-цевоводен сообраќај, Сеа-поморски сообраќај



Случајот со патничкиот железнички сообраќај е помалку драматичен, меѓутоа и тој бележи надолан тренд. Во периодот од 1970-2001 пазарното учество на железничкиот патнички сообраќај се намалило од 10% на 6%

Табела бр:1

РАЗВОЈ НА ПАТНИЧКИОТ СООБРАЌАЈ ВО ЕВРОПА

	Патнички автомобили	Автобуси	Метро	железница	Воздушен сообраќај
1970	73.8	12.7	1.6	10.4	1.6
1980	76.1	11.8	1.2	8.4	2.5
1990	79	9.3	1	6.7	4
1991	78.8	9.3	1.1	6.8	4.1
1995	79.5	8.7	0.9	6.2	4.6
1996	79.3	8.8	0.9	6.3	4.7
1997	79.2	8.7	0.9	6.3	4.9
1998	79.1	8.6	0.9	6.2	5.2
1999	78.8	8.5	0.9	6.2	5.5
2000	78.1	8.6	1	6.4	5.9
2001	78.2	8.6	1	6.4	5.9

Алармантна е неспособноста на железничкиот сообраќај да ја абсорбира сообраќајната побарувачка во период на економски развој. Воспоставувањето на внатрешниот пазар на ЕУ беше придружено со силен економски развој кој сто малку забави во 2001 година. Во периодот помеѓу 1995 и 2001 година растот на БДП во економијата на ЕУ изнесуваше околу 16%. Во истиот период железничкиот товарен сообраќај порасна за 11%, а патничкиот за 13%, како резултат на предходно спомнатата неспособност.

Причините за ваквата загуба (посебно во железничкиот товарен сообраќај) се различни, **некои надворешни некои внатрешни.**

што се однесува до надворешните причини поважен е долгорочниот тренд на трансформација на економијата на ЕУ од индустриска кон економија заснована на услуги. Во самата индустрија, зазедоа место сирок прифатени ставови за навремени производни процеси, кои неизбежно бараат соодветни флексибилни начини на транспорт. Покрај овие економски трендови друг кој што може да се смета за надворешен е влијанието на политиката во изборот на сообраќајот (уште од Втората Светска војна) и подоцна индивидуалните преференци за патниот сообраќај.

Внатрешните причини за неадекватниот развој на железницата можат да се резимираат во рамките на недостатокот за приспособување кон динамичните промени на пазарот и желбите на потросувачите. Пазарите во ЕУ и нивните трговски текови за многу кратко време останаа преку граници, додека железничките услуги секогаш се третираа како национални. Спогодбите за меѓународен транспорт беа склучувани на ад хопс и билатерална основа така што представуваат билатерални спогодби со слични карактеристики како спогодбите за меѓу народниот воздушен сообраќај.

Повеќето од жалбите на железничките компании се однесуваат на недостигот од конкурентност и расцепканоста на пазарот за железнички услуги во ЕУ. Постоечката пазарна структура на пазарот за железнички услуги се карактеризира со национални мрежи на железнички сообраќај и голем број на регионални или специјализирани превозници. Исто така трошоците се многу високи и го оневозможуваат развојот.



Интересно ќе биде да го разгледаме однесувањето на земјите од Европската унија на планот на модернизацијата на железничката мрежа во почетокот на 21 век. Во продолжение тоа и го правиме.

Според одредени согледувања кои произлегуваат од анкетите кои се правени меѓу жителите на земјите во Европската унија за тоа на кој вид сообраќај ќе му дадат предност во наредниот период, очигледно е дека предноста е на стараната на супер брзите возови. За таа цел, во парламентот и Советот на министерите на ЕУ дефинитивно ја определи новата шема на европската железничка мрежа за таквите возови. Според предвидувањата, во наредните 15 години учеството на железничкиот сообраќај на европскиот сообраќаен пазар ќе се зголеми од 14 на 23 проценти. За реализација на ваквиот зафат, утврдени се и соодветни проекти, според кои, се предвидува до 2010.година **во земјите на Унијата да има 29000 км железничка пруга за супер брзи возови.** За споредба, националната железничка компанија во Франција денес експлоатира 1280 км таква пруга. Се разбира, голем дел од европските железнички линии заостануваат за 10 години во техничките барања што се неопходни за супер брзата железничка мрежа. Современите стандарди одговараат во најголем дел само во Франција, Германија, Италија, Светска и Шпанија. Другите земји од ЕУ ќе треба ваквиот недостаток да го надоместат, ако сакаат и тие да се вклучат во супер брзиот железнички превоз.

Горе наведениот зафат е за секаква пофалба. Покрај ефектите на планот на рентабилноста во работење, тој ќе придонесе и за одредени социјално-економски подобрувања. Но, се чини, има одредени проблеми, кои по хитно бараат разресување, доколку се сака проектот да стане стварност. Имено, не се сосема јасно како авионските и другите сообраќајни компании ќе го отстапат својот сегашен дел од транспортниот Пазар, доколку повеќе што и кај нив постои постојан натпревар во натамошното усовршување на превозот на туристите.

Инаку, ваквиот превоз не е непознат во другите делови во светот. Така Јапонија уште пред 20 години ги пушти во сообраќај супер брзите возови. За три децении експлоатација, јапонската мрежа на супербрзи возови има превезено околу 4,5 милијарди патници, што е за двапати повеќе отколку во Европа, и тоа за трипати помало население западно-европското.

Политичката агенда во последниве години се повеќе ја истакнува ревитализацијата на железничкиот сообраќај како опција која гарантира економски раст и одржливост. Основните принципи на овие реформи се состојат од 3 цели:

1. Поттикнување на конкурентноста во железничкиот транспорт систем во Европа, со што ќе се постигне туристички економски раст и поголема искористеност на внатрешниот пазар
2. Воспоставување модели на одржлива мобилност
3. Намалување на јавната потросувачка со поттикнување подобри перформанси кај железницата.

Како во сите услужни сектори така и во железничкиот главната цел е поттикнување на конкурентноста за да се намали неефикасноста и да се воведат повисок степен на транспортност при утврдувањето на трошоците. Воспоставувањето на конкурентност во железничкиот сообраќај се темели на две главни цели:



- а. Елиминирање на асиметричноста во однос на другите транспортни сектори преку инвестиции во посебниот капацитет и инфраструктура.
- б. Воведување реформи што ќе овозможат либерализација и конкурентност онаму каде што е можно (за са се направи овој сектор поефикасен) и регулација онаму каде што се има оправдување (воведување обрски кон железницата за давање услуги и високо стандарди за безбедност).

Откако беше дефинирана првата цел, треба да се анализира дели транспортаната политика која ја фаворизира железницата е клучна и туристичкиот раст или едноставно не се клопува кон моменталните пазарни потреби .

Во некои случаи ќе дојде до заклучок дека политиките кои промовираат еколошки видови на сообраќај можат да ја забават туристичката економија. Како и да е, некои други истражувања со користење на поинакви системски пристапи покажуваат дека може да се примени виртуалниот круг во кој ќе се вклучи железницата за да реагира динамично кон променетото опкружување преку проширување на пазарното учество, подобрување на перформансите и овозможување економски развој и транспортна одржливост.

Секторски пазарни недостатоци кај железниците

При разгледувањето на пазарните недостатоци кај железниците во Европа, неопходно е да се деференцираат пазарните недостатоци кои се однесуваат на инфраструктурата, они кои се однесуваат на железничката мрежа на услуги, од утврдените бариери на внатрешниот Пазар на ЕУ.

Железничката инфраструктура како основен капацитет

Високи трошоци за воспоставување железничка мрежа резултираат со неможноста да се дуплираат или градат алтернативни траси. Моменталните пресметки покажуваат дека еден километар железничка пруга помеѓу 6 и 10 милиони евра од зависност на топографските услови. Единствениот случај на конкурентност во железничката мрежа може да се најде кај паралелните траси во Северна Америка кои ги поврзуваат нејзините источни со западни брегови. Сепак постои правило дека железничката мрежа де факто се натпреварува со алтернативните видови транспорт (патен, поморски и воздушен сообраќај). Тука треба да се потенцира фактот дека железничката е основен капацитет за давање железнички услуги.

Трошоците за инфраструктурата опфаќаат околу 50% од железничкиот бизнис. Дуплирањето не е прифатлива економска опција со оглед на фактот дека менаџерите надлезни за инфраструктура во Европа трошат околу 30 милијарди евра за одржување на околу 200 илјади км.железничка инфраструктура.

Подетални студија за инфраструктура покажува дека треба да се испитат повеќе карактеристики и специфични услови пред да се пристапи на дефинирањето на трошоците. Најпрво треба да се анализираат вкупните трошоци групирани во четири категории:

- а) Пруги
- б) Сигнални системи (визуелни,електронски)
- ц) Високта електрична мрежа
- д) Станици и одредишта



Потребите и трошоците може да се различни по категории, помеѓу земјите, во рамки на континентите и зависа од разновидноста на нивоот на безбедности удобност итн. Второ историјатот кој вклучува движење на предходните инвестиции во железничката мрежа е важен аспект. Триесетте милијарди евра кои годишно се трошат и се наменети за инфраструктура се реализираат во следниве области: изградба и хипотеки (околу 10 милијарди евра) и реновирање. Трето, трошоците за изградба на железничката инфраструктура варираат во зависност од топографските услови и природата на сообраќајот која ќе се одвива на мрежата. Мрежата која е направена за товарен сообраќај има пониски стандарди за безбедност во однос на патничката мрежа и мали потреби за услови за патување околу двојната мрежа на услуги (патнички и товарно) со различни приоритетни планови.

Само со внимателно разбирање на сите овие карактеристики и фактори, трошоците за инфраструктура може да се споделат. Варијацијата во инфраструктурните трошоци помеѓу земјите и континентите може да се види кај графиконот 1. Погрешен е заклучокот дека варијацијата во трошоците ќе поттикне конкуренција во инфраструктурата и тоа да биде економски оправдано. Во исто време се покажуваат и главните тешкотии за регулаторите и владите при воспоставување на минимални стандарди за инфраструктурата и утврдување на пристапни давачки.



Ренелањал-трошоци за реконструкција
Маинтенанце-трошоци за одржување

Во рамките на овој графикон може да се види дека Европските просечни трошоци за одржување и реконструкција се движат на годишно ниво просторност околу 63380 евра по железнички километар во споредба со многу пониски 14600 евра по железнички километар во САД (малиот графикон). Главната причина за вака високите трошоци на инфраструктурата во ЕУ се состои од двојна природа на сообраќајот кој се одвива (товарен и патнички) и



неизбежно високи технички барања за комбинација на двете услуги. Исто така овие трошоци во железничката мрежа на САД се должат во главно на дадениот ексклузивен приоритет на товарниот во споредба со патничкиот сообраќај како и економските на обем кои се создаваат во рамки на континенталната мрежа. Повисоките трошоци во Азија вклучуваат големи инвестиции за реконструкција на мрежата во земјите во развој како и давање предност на патничкиот сообраќај во мрежата на Јапонија.

Железничките услуги и пазарните недостатоци

Железничките услуги се предмет на економиите на обем. Кога се одржува системот на маршрути или должината на железничките пруги изразена во километри, во константна состојба, трошоците на железничките услуги се намалуваат како што се згледува аутпутот. Понатака големината на претпријатието има мало внимание врз нив мало претпријатие кое опслужува една или неколку маршрути со голема сообраќајна густина може да има пониски просечни трошоци во однос на големо претпријатие кое одржува маршрути со помала сообраќајна густина. Изворите на економиите на обем кои притоа се остваруваат се вообичаено две: намалување на просечните трошоци по единица услуга и намалување на оперативните трошоци по километар (одржување на маршрутот, гориво, плата за вработените). Во поедини случаи определена маршрута може да постане природен монопол во случај кога ја опслужува само една фирма. Понатаму ако линиите на кои има голема густина на сообраќај се дуплираат, капацитетот е искористен на повисоко ниво и ако сообраќајната побарувачка е доволно висока, спречените трошоци ќе имаат тенденција на намалување. Ваков ефект на намалување на трошоците кај патничките услуги може да се очекува ако двоспратните возови ги заменат класичните со што ќе се овозможи поголем сообраќај.

Постоењето на незадоволствата помеѓу импутите и ампутите ја прави експанзијата на железничката мрежа и услуги ефикасни само ако тоа се одвива во апсолутна подреденост. Главните елементи пруги, станици може да бидат просирени при што ќе се оствари корист додека побарувачката се движи маргинално во многу помали односи. Соодветно на тоа зголемувањето на побарувачката ќе поттикне зголемување на понудата и недостаток или висок на капацитет на определени маршрути.

Просирувањето на определени маршрути и дава на железничката мрежа во зависност од должината за која се просирува (почетната граница е од 100 до 200).

Една од главните карактеристики на железничката инфраструктура е високиот однос меѓу фиксните и варијабилните трошоци. Според извршените анализи и пресметки, фиксните трошоци на железничката инфраструктура опфаќа околу 90% од вкупните трошоци за инфраструктурата. Оваа имплицира:

- Големи економии на обем за да се покријат трошоците
- Одреден степен на субвенционирање на маршрутите доколку не се склучени специфични договори за давање услуги од општ интерес
- Определено ниво на субвенции ќе биде потребно за јавните сервис

Оттука произлегуваат импликации од гледна точка на регулацијата и економијата. Може да се постават прашања во врска со приватизација и либерализација на монополот.



Асиметричната информација може да ги засега потросувачите на услугите на железницата како и регулаторните органи. Тоа се однесува на начинот на утврдувањето на трошоците и ризикот кој што постои за нивно опаѓање и може да ја загрози природата на услугите и мрежата. Ова има импликации при идвојувањето на инфраструктурата и операциите. Техничката комплексност на системот и менаџмент културата создава понатамошни препреки за надминување на пазарните недостатоци. При одвојувањето на инфраструктурата од железничките операции е важно да тоа се прави со соодветна јасност, бидејќи можат да се јават проблеми со координацијата. Затоа е многу важно да се воспостави акумуляција на знаење и грижа за безбедност со што железницата ќе се менаџира подобро преку воспоставениот систем на вредности.

ЖЕЛЕЗНИЧКИОТ СООБРАКЈАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Според основните карактеристики на железничкиот сообраќај во нашата земја, може да се рече дека тој се уште е на низок степен од својот развој. Причини за таквата состојба постојат повеќе, но, како најважни секако се оние од историско политички и економска природа.

Од историско-политичка природа, како причина би ја издвоиле таа што Македонија многу долг период на време била под ропство на земји кои се карактеризирале со натурално стопанство, со слабо развиена индустрија и трговија. Со еден збор, во времето кога во западно европските земји индустриската револуција станува се поприсутна, а со тоа и пазарниот начин на стопанисување, кај нас, се до крајот на 19 век за било какво индустриско производство не може да стене ни збор. Ако на оваа се надоврзе и политичкиот интерес кој постоел меѓу големите сили, на оваа подрачје, во кое спаѓа и Македонија, да не му се дозволува било каков економски развој со што полесно ќе се држи во покорност, тогаш сосема ќе ни стане јасно, зошто сообраќајот, денес се наоѓа на ниско рамниште од својот развој.

Од економски аспект, значаен е да се истакне фактот што, во Македонија степенот на развојот на производните сили е на несоодветно ниво. Тоа значи, дека на неразвиена економија и одговара неразвиен сообраќај, а со тоа и неразвиен туризам.

Првата железничка пруга во Македонија била изградена во 1873. Година и тоа на марсута Солун-Скопје. Првото патување со туристи било извршено во 1887. година, и тоа од Скопје до Врање, со брзина од 60км на час.

Подоцна, во текот на времето, започнува изградба и на нови железнички коридори, така што, Македонија се поврзала со српските и грчките железници. Постоела желба, како од страна на Бугарија, така и од страна на Македонија, двете земји да се порзат со железнички сообраќај, но, заради притисокот кој го вршеле на тој план Турција, Австрија и Србија, до реализација на таа идеја не дошло. Дури во почетокот на 1994 година е постигната согласност за поврзување на железничка мрежа на овие две земји и тоа, со изградба на пругата од Белјаковци до Гјусево. Едностивно, Македонија не е поврзана со железничкиот сообраќај од соседните земји со Албанија и тоа само во должина од 65 км од Кицево до Струга т.е албанската граница. Значи, насата држава покрај врската што ја има во светот преку коридорот всевер-југг, сега, со изградбата на железничката пруга која треба Македонија да ја поврзе со бугарија, се создаваат услови за воспоставување на непрецени сообраќајни комуникации меѓу Јужна Европа, Северна Африка, Русија, Украина и земјите од црноморска зона, т.е со коридорот запад-исток. Меѓутоа, и покрај одредени



резултати во модернизацијата и развојот на железничката мрежа во нашата земја, сепак се поставуваат во наредниот период многу големи и сложени задачи, и тоа заради следниве основни причини:

-и покрај одредениот напредок, нашата земја значајно заостанува зад нивото на развојот на сообраќајната мрежа во развиените земји од Западна Европа, како во поглед на густината, така и во пропусната моќ и квалитетот на превозот.

-зголемувањето на туристичкиот промет, како и неговиот транзит преку нашата територија бара понатамошна модернизација и развој на сообраќајна мрежа.

-нашата земја треба во поголема мерка да се вклучи во програмите за модернизација и развој на основните сообраќајни мрежи на меѓу народните организации.

-на нашите главни копнени сообраќајници има доста тесни грла како и правци кои не се прилагодени на се поголемите барања во однос на обемот, брзина и безбедноста во превозот.

-ниту едно туристичко место, регион или бања во Македонија не се поврзани со железница. Од особено значење би било нивното поврзување со железничкиот сообраќај, особено на Охридско-преспанскиот регион.

Во напорите да се достигне развојот на железничкиот сообраќај кој постои во развиени земји, треба да се има во предвид следново:

- а) Во настојувањето да се намалат разликите во развојот на сообраќајот меѓу земјите и развиениот свет, не треба да се копира нивниот развој, туку, треба да се следи една сопствена развојна концепција. Тоа значи, тој развој да биде правилно грански, територијално, па и структурно насочен. Во одредени места каде железничката мрежа не е докомплетирана, треба да се градат нови пруги, но, не по секоја цена. Се случило кај нас, да се градат други пруги кои, подоцна ќе бидат демонтирани.
- б) Кога се работи за изградба и одржувањето на сообраќајната инфраструктура, треба посебно да се води сметка за поголеми вложувања во железнички пруги, т.е. за реконструкција и модернизација на главните транзитни и меѓународни правци, вклучувајќи во тоа, не само електрификација и зголемување на носивоста на пругите и брзина на движењето на возовите, туку, и, изградба на двоколосечни пруги на главните правци. Сето тоа ќе овозможи поголема популна моќ и поквалитетна превозна улога. Исто така, треба да се градат и посебни приградски железнички сообраќајници во поголемите градови кои, треба да го превземат масовниот локален превоз на туристите. Покрај неопходното комплетирање на железничката мрежа со изградба на нови пруги, треба да се превземат конкретни и благовремени припреми заради вклучување во процесот на активирање на брзите железнички пруги.

Сега драѓаме до мошне сложено прашање: како да се постави динамика на реконструкција и модернизација на нашите пруги?, ако се знае дека денешната нивна состојба според техничките белези кои ги поседуваат, мошне заостанува



од постојаните параметри кои ги имаат пругите во Западните земји. Заостанувањето може да се изрази приближно со околу 30 години и малку повеќе, бидејќи основните европски правци, уште во половина на 60 години од 20 век, беа оспособени за брзина од 140 км/час и електрифицирани што кај нас, нема да се постигне ни за 10 години, па со самото тоа, заостанувањето уште повеќе се зголемува, за околу 40 години.

Железничката мрежа во нашата земја во наредниот период треба да направи значајни промени во правец на подигнувањето на квалитетот на услугата, зголемувањето на превозната моќ, како и во вкупната рационализација на сообраќајниот систем. Се работи, во прв ред за неопходноста од реафирмација на железницата, со што на железницата ќе се обезбеди соодветна улога на сообраќајниот пазар. Модернизацијата и реконструкцијата на нашата железница представува една од крупните најприоритетни задачи на сообраќајната политика во наредниот период. Само така, железницата ќе може да создаде постојана техничка технолошка и економска база, што пак, од своја страна ќе обезбеди услови за нејзино нормално работење и понатамошен развој. При тоа, неминовна е потребата од решавање на одредени прашања од нејзината внатрешна организација, примена во работењето на резултатите од современа наука воведување на современо менаџерско раководење, зајакнување на кадровската екипираност исл. Истовремено, развојот на железницата треба да биде сообразен и со се поголемите барања кои се поставуваат во однос на штедењето на погонската енергија, зачувување на животната средина, како и користење на се помал простор.

Железничкиот сообраќај во Македонија представува многу значаен транзитен коридор во Европа. Но, покрај транзитот, на овие пруги се одвива и увозно-извозен и внатрешен сообраќај. Учеството на меѓународниот во вкупниот превоз на патници е околу 25%. И покрај, половина географска и геополитичка положба на нашите сообраќајни железници, сепак меѓународниот превоз во вкупниот превоз е многу малку застапен. Заради неспособноста на нашите главни железнички пруги да одговараат на барањата на транзитната клиентела, посебно на правецот Европа-Блиски исток, Германија и Австралија во соработка со Италија, го приспособуваат транзитниот правец Милано-Бриндиз-Патрас со што е скратено времето на патување за 7 часа. Исто така алтернативен е и правецот Минхен-Виена-Будимпешта, преку кој се насочува превозот од западна Европа за Блискиот исток, со користење за ниски превозни тарифи во земјите на бившиот источно европски блок.

Основните карактеристики на моментаната состојба на нашата железница се следниве:

- електрифицирано е околу 233 км пруга, со која се поврзани само 14 единици,
- подобро се постројките за врска и осигурување како и состојбата на горниот слој,
- недоволно учество на двоколосечните пруги во вкупната мрежа, а особено на главните магистрални правци,

Вкупната железничка мрежа изнесува 924 км од кои 697 км се отворени железници, а 227 км станични колосеци. Постојат и т.н. индустриски колосеци со околу 162 км, кои исклучиво се употребени за потребите на соодветните индустриски претпријатија, за интерен превоз. Биди табела 24.

Состојбата во нашите железници е таква, да може да се рече дека истите како да носат хипотека која бара извонредни напори на целото општество за да нашиот железнички сообраќај, како кичма на целиот сообраќаен систем и



еден од многу важните фактори за стопанскиот развој, да почне да ги надминува натрупаните проблеми и структуралните несообразености. Ова, поставува нова задача пред железницата, кој не само што се соочува со постојани економски тешкотии, туку и со недостаток на средства за тековна репродукција.

СОСТОЈБА СО ЖЕЛЕЗНИЧКИОТ СООБРАКЈАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Година	Должина на пругите Во Километри(нормален колосек	Локомотиви Електрични	Локомотиви дизел	Патнички Возен парк
1994	697	13	54	103
1995	697	13	54	103
1996	697	13	54	103
1997	697	13	54	103
1998	697	13	68	103
1999	697	13	68	103
2000	697	13	68	103
2001	697	13	41	139

Во однос на специјалитетите железници, состојбата со 2001. Година е следна. 7 жичари и 26 скилифтови.

Во 2007.година со возовите на демакедонските железници се превозле 1.1 милиони патници. Во просек, секој втор жител еднаш во годината патува со воз. Најдобрите времиња за железницата биле пред 2001 година. Тогаш со воз патувале двојно повеќе луѓе. Види табела бр.24.

ОСТВАРЕН ПАТНИЧКИ ПРОМЕТ ВО ЖЕЛЕЗНИЧКИОТ СООБРАКЈАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Година	Превезено патници
1995	1.073.519
1996	1.550.152
1997	1.711.992
1998	1.715.454
1999	1.661.872
2000	1.882.791
2001	1.334.558
2002	929.910
2003	900.950
2004	916.877
2005	902.535
2006	1.010.987
2007	1.110.174

ПАТЕН СООБРАКЈАЈ

Со пронаоѓањето на моторот со внатрешно согорување (после 100 години од пронаоѓањето на парната машина) на бизнисот, се овозможува движење на возилата со сувоземните патишта. Сега човекот е во состојба побрзо да се движи во просторот, без одредени норми кои дотогаш му ги нудеше



железницата, од аспект на времето кога може да се превозува, маршрута исл.Понесен од вакиот превоз, жителите на САД, за нецели 50години успеале да се снабдат со голем број на автомобили, чие производство сега, добива масовност.

Нормално е, во услови на зголемен број на превозни средства да постои и потреба за зголемен обем на патна мрежа. Бидејќи истата во тоа време беше детесно грло, нејзиното проширување представуваше императивна потреба. Затоа, по иницијатива на ООН, се поведе акција за изградбата на патната мрежа во сите земји од светот, и тоа, според однапред утврден план. Тоа беше доволна причина, за само кратко време, во многу земји да биде изградена т.н. минимум патна мрежа (тоа беше период на 50 години од 20 век.

И кај овој вид на сообраќај, постои одредена нерамноправност во развојот во светски размери. Така, постојат држави кај кои патниот сообраќај постигнал завидно ниво на развој, додека други држави покажуваат одредено назаднување во тој однос. Според статистичките податоци прикажани во табелата 25, остварениот степен на моторизација е највисок во Северна Америка, потоа доаѓа Европа, па Австралија итн.

Континент	Жители на 1 моторно возило
Африка	56
Северна Америка (САД и др.)	1.7
Јужна Америка	25
Азија	59
Европа	4.6
Австралија	6

Доаѓањето на многуте туристи во одделни туристички дестинации во Европа се остварува со индивидуаланите (нпр.учеството на странските туристи кои при патувањето ги користат своите автомобили во Италија е 78%, во шпанија 61% итн.). постои и колективен превоз, со користење на автобускиот сообраќај (околу 12%) како и превоз со другите патни сообраќајни средства.

Во едни вакви услови на се позначајното место што го зазема патиот сообраќај, се поставува прашањето: **каква е прпусната мрежа на патната мрежа и дали таа е способна на квалитетен начин да ги прифати и доведе до крајната дестинација очекуваните туристи:?**

Одговорот секако е поволен за дадени земји, а за други пак, тој има негативна конотација. Како и да е, не треба да се застане на даденото рамниште од развојот, туку треба да се оди напред, согласно покажаните потреби, за туристички патувања. Се уште постојат земји, пред се во Источна Европа, чиј патишта се наоѓаат во лоша состојба, амортизирани се, недостасува унификација на техничките и експлоатационите стандарди, а тоа го отежнува побрзото движење на туристите. Овој регион може да се пофали само со 5000 км автопат без Русија, во споредба со 40.000 км во Западна Европа.

Во таа насока секако одат и бројните зафати на планот на инвестирање во модернизацијата и проширувањето на патната мрежа. Сведоци сме на забрзана изградба на многу модерни сообраќајници во светот. Меѓу другите, секако се истакнува и зафатот во Источна Европа за изградба на систем од автопатишта во должина од 20000 км, со кои ќе се поврзе Балтичкото Море со Егејското и Црното со Јадранското. Значењето на овој зафат е големо за туризмот. Ке овозможат, моторните возила, релативно брзо да можат да се движат по



автопатот од Гданјск до Горбулаг на турско-иранската граница и од Гјенова до Констанца, романско пристаниште на Црно Море. Значењето на оваа транс-европска магистрала е до толку поголема што, истата е поврзана со аналогна мрежа на железницата (се создадени услови за постоење на комбиниран транспортен систем).

Со перманентно зголемување на патната мрежа се овозможува пристапност до туристичките центри во географските средини со периферно значење. Патничкиот сообраќај овозможува да се дојде со самите сместувачки капацитети односно движењето да се изврши Врата до врата. Меѓутоа карактеристично за патниот сообраќај е дека покрај ширењето на патната мрежа неговиот развој треба да се набљудува и од гледна точка на квалитетот на комуникациите.

Во Европа првиот автопат е изграден меѓу Рим и Падова во Италија, потоа меѓу Минхен и Франкфурт во Германија. Должината на современите патишта во Германија е поголема од 5000 км, а во Италија од 4000 км. Најважните правци на автомобилскиот сообраќај во Европа се следните: Леавр - Париз - Марсеј - Дзенова - Рим - Палермо - Лондон - Кале - Париз - Женева - Милано - Бари - Лисабон - Валадолид - Бојон - Тур - Париз - Антверпен - Дизелдорф - Хановер - Хамбург - Гетеборг - Стокхолм - Лисабон - Мадрид - Барселона - Ним - Женева - Базел - Касел - Хановер - Копенхаген - Стокхолм - Оулу - Хелсинг - Остенде - Брисел - Келм - Нирнберг - Линц - Виена - Будимпешта - Белград - Скопје - Истамбул (Солун - Атина) Лондон - Ротердам - Ханова - Берлин - Варшава - Москва - Вилнус - Петербург - Хамбург - Берлин - Прага - Будимпешта - Букурешт - Констанца

Од зафатите кои овозможуваат интензивен превоз на патници треба да се изтакне тунелот по Мон Блан, патниот превец од Солун до Атина, и посебно поопувањето на тунелот под Ла Манз. На овој начин се проширува значењето на патниот сообраќај кој денес има забележително влијание и со него се превезуваат дури 90% од патниците во светот, а во превозот на туристи учествуваат со 60 до 70%.

ПАТНИОТ СООБРАКЈАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Патниот сообраќај во нашата земја игра значајна улога во развојот на туризмот. Тоа пред се, се должи на фактот што голем број туристи, сакајќи своето туристичко патување да го прават што поудобно и поатрактивно, се повеќе се одлучуваат за патните превозни средства. Инаку, согласно туристичките карактеристики на патната мрежа и возниот парк, може да се рече дека нашата земја заостанува во степенот на развојот на овој вид сообраќај во однос на земјите од западниот свет. Имено, според дадената состојба, може да се рече дека патната мрежа е неповолна. Македонија има сега, но и долгорочен директен патен допир со Србија и Црна Гора, Бугарија, Албанија и Грција. Тоа е воедно земји преку кои во Македонија би пристигнувала главнината од патниот туризам, што се гледа и од статистичките податоци од 2005. година: во Македонија тогаш влегле преку српската граница 31 насто, преку грчката 18 насто и преку бугарската околу 22 насто авто туристи. Овој однос може да се третира прилично веројатно и за понатамошната иднина.

Бесомнение, и во иднина околу 85 насто од старанскиот туристички промет во Македонија ќе биде насочен спрема Охридско-преспанскиот регион, и тоа од сите правци на доаѓање. При тоа, ниту еден од соодветните влезови нема исклучок на европските автопатни мрежи. Македонија во тој поглед е блокирана со едно бавно напредување на изградба на сопствени патишта



спрема границата. Тоа значи дека, и покрај добрата геополитичка положба на нашата земја, на планот на геотуристичката положба нема да има некои подобрувања за уште подолго време. Се додека не се воспостави квалитетна патна трансверзала во правец на коридорот исток-запад, Македонија во главно ќе биде интересна само за потросувачите со мали парични можности. Следната табела ја покажува состојбата и структурата на патната мрежа.

СОСТОЈБА И СТРУКТУРА НА ПАТНАТА МРЕЖА

Вид на патот	1980	%	1994	%	2001	%
По категорија:						
Магистарален	919	9.40	909	9.19	937	6.87
Регионален	1977	20.19	2916	29.46	3643	26.74
Автопат			103	1.01	145	1.06
Меѓународни вЕг пат.			520	5.25	458	4.02
Локални	6883	70.41	5439	55.06	8347	61.31
Вкупно	9779	100.00	9887	100.00	13620	100.00

Според податоците изнесени во табелата 26, јасно е дека модернизацијата на патиштата за периодот од 1980. до 2001.година не беше со некој посебен интензитет. Просечно годишно се модернизирани само 10.8 км.патишта, што е доволна причина, нашата земја и понатаму знатно да заостанува во однос на поголемиот број европски земји.

Состојбата на нашта патна мрежа од аспект на изградбата на модерни туристички патишта, може да се рече дека во овој анализиран период во многу не е подобрена. Исклучок прави само зголемениот обем на изградени патишта од регионален тип, а се друго е во иста состојба како пред дваесет години: недоволно и несоодветно на потребите на туристите. Главна сообраќајница е делот од патот Братство Единство Е 75 од кој се одделуваат како позначајни следниве патишта:

- Куманово - Крива Паланка-Бугарска граница
- Скопје-Тетово-Гостивар-Кичево-Охрид- и вториот крак преку Маврово-Дебар-Струга за Охрид, а од Кичево се одделува крак за Битола
- Велес-штип со еден крак за Кочани-Делчево со бугарската граница и вториот крак преку Радовиш за бугарската граница
- Градско-Прилеп-Битола-Охрид-Струга кон албанска граница и од Битола кон грчка граница. Од овој пат кај Прилеп се одделуваат одделни патишта за Крушево и преку Македонски Брод за Кичево
- Од Удово преку Валандово и Рабово за Струмица и вториот крак за Дојран и од Евгелија преку Богданци за Дојран.

Во 2007 год. Состојбата со македонската патна мрежа е следната:

ЈП Македонија Пат го одрзува 4.370 км патиста, од кои:

937км магистрални и 3.443 км регионални патишта. Од ова должина 131.5 км е автопатишта

Од вкупната должина, 541км патиста во Р.Македонија се Европски патишта.

На магистраланата патна мрежа 857км се асвалтни и 80км непросечни.

На регионалната патна мрежа 2.628км се асвалт, 506км макадем и земја и 299км се непросечни. Вкупно со асвалтен коловоз се 3.485км, 506км се макадем и земји и 379км се непросечни.



На магистралната патна мрежа има 247 мостови, вијадукти и аквадукти, 84 натпатници и 95 потпатници. На регионалната патна мрежа има 526 мостови, вијадукти и аквадукти, 12 натпатници и 16 потпатници. Вкупно во Р.Македонија има 980 објекти од кои 773 мостови, вијадукти и аквадукти, 96 натпатници и 111 потпатници.

На магистралните патисти има 10 патни тунели со должина од 2568км, на регионалните има 6 тунела со должина од 358м, или се вкупно има 16 тунели со должина од 2.926.

На автопатиштата во Р.Македонија има вкупно 8 наплатни станици од кои 4 се на пат М1 една е на пат М3 и 3 се на пат М4.

На магистралната патна мрежа во Р.македонија има 8 планински превои со надморска висина од 476 м.н.в (кула) до 1211 м.н.в (страза) со уснопи од +4.9% (кула) до +10 (кјафасан). На регионалната патна мрежа има 4 поглавни планинаски превои со надморска висина од 995 м.н.в. (плетвар) до 1600м.н.в. (галичица), а со нагоби од +7% (маврово) до +9% (крусево)

Во структурата на патната мрежа од аспект на начинот на изградба (според видот на коловозот) и понатаму преовладуваат земјените патишта, и тоа со околу 65%. Тоа значи дека, од вкупната патна мрежа во Македонија, 65 насто е се уште не асвалтирана, а додека во Италија нивното учество изнесува само 10%, во Данска 15% во САД 16% итн.

СОСТОЈБА НА ПАТИШТАТА СПОРЕД ВИДОТ НА КОЛОВОЗОТ

	1997	1998	1999	2000	2001
Асвалт	5932	6046	6362	6527	6626
Коцки	52	62	65	68	85
Макадем	1093	1123	1152	651	1176
Земјани	3388	4279	4585	5276	5041

Покрај патната мрежа, вториот битен елемент од кој зависи развојот на патниот сообраќај се статистичките карактеристики на превозните средства. Постои одредена неповолна состојба, Сообраќајните средства со кои се врши превозна дејност се или застарени, или пак, не се соодветни на достигнатиот технички напредок во другите земји.

СТАРОСТА И СТРУКТУРА НА ПАТНИОТ СООБРАКЈАЈ ВО 2001.Г.

Вид на возило	Вкупно	Над10.години	%	Над 14.години	%
Вкупно	355776	228764	64.3	117406	33.0
Патнички автомобил.	309562	186047	60.1	100917	32.6
Автобуси	2620	1079	41.2	597	22.8
Товарни возила	21727	12080	55.6	8039	37.0

Во однос на динамиката на развојот, постои тенденција на нивно растење.

Според податоците во табелата, за 2001, година во Македонија се регистрирани и по патиштата се движат 355776 возила. При тоа, 228764, 64.3 насто се постари од 10 години, а 117406, или 33% имаат повеќе од 14 години. Се чини, не е потребно да се коментира со што значи тоа, ако се знае дека староста на возилата во развиените земји на пример, кај патничките автомобили, е во просек околу 4 до 5 години. Ако на оваа се надоврзува и нискиот степен на моторизација (број на зители на 1 автомобил), кој за Македонија изнесува околу 8 ке ни стане сосема јасно дека патниот сообраќај во нашата земја од аспект на своите туристички карактеристики, се наоѓа на многу ниско ниво.



Врз база предходно искажаното може да се заклучи дека е потребно поцелосно модернизирање на патната мрежа и сообраќајните средства, доколку се сака патниот сообраќај да се оспособи за совладување на обемот на превозот на време на туристичката сезона во сегашни прилики, и посебно во наредниот период. При оваа секако, неопходно ќе биде да се острнат тесните грла на одредени патни правци во нашата земја, како и тешкотиите со одредени инфраструктурни објекти, кои особено негативно се одразуваат на пасоката и царинската контрола, како и контролата на квалитетот на стоката и др.

Покрај возилата и современите патишта за ризикот на патниот сообраќај потребно е патиштата да бидат опремени и со соодветни објекти за задоволување на потребите на туристите: бензински пумпи, сервисни работилници, автокампови, мотели, ресторани, и др. на тој начин и самите патишта стануваат не само специфични комуникации туку и самостојни туристички објекти.

Патниот сообраќај во нашата земја игра значајна улога во развојот на туризмот. Тоа се должи пред сè на фактот што другите сообраќајни гранки кај нас се развиени на многу ниско ниво, а исто така патувањето со превозните средства од патниот сообраќај нуди поголема атрактивност и удобност со оглед на тоа што природата покрај патните правци нуди извонредни глетки и пејсажи кои ги импресионираат туристите.

Во однос на туристичките карактеристики и возниот парк во нашата земја може да се каже дека состојбата е неповолна во однос на развојот кој го достигнале земјите од Западна Европа. Македонија има патен допир со Србија, Бугарија, Грција и Албанија од каде во последната декада доаѓаат најголемиот број на туристи во земјата. Притоа во поглед на регионалната дистрибуција на туристичкиот промет во Македонија кој е концентриран во Охридско-Преспанскиот регион и тоа од сите правци на доаѓање. Меѓу тоа што ниту еден од соодветните влезови во државата нема приклучок на европските автопатни мрежи како и тоа што се уште не е изградена квалитетна патна трансверзала во правец исток-запад не представува пречка во развојот на туризмот во Македонија во Целина како и во езерските подрачја.

ВОЗДУШЕН СООБРАЌАЈ

Авиосообраќајот иако е млада сообраќајна гранка, сепак може да се рече дека е соочен со една растечка потросувачка за авионски превоз, што само по себе доведува, во долгоочна перспектива да стане една од гранките кои најбрзо ќе се развиваат. Доколку сака да ја задоволи побарувачката, според соопстението на Европскиот конзорциум, Ербас индастриг во наредните 20 години авиокомпаниите ќе мораат да вложат над триллион долари за купување на нови авиони. Така, се смета дека кон крајот на 2014. година обемот на купувањето од страна на авиокомпаниите ќе достигне бројка од 15000 авиони. Авио и лизинг-компаниите веќе порачаа 1600 летала од тоа планирано количество. Особено забележителен пораст авиосообраќајот забележува во периодот од 1970 до 2003. година, кога просечната годишна стапка на раст изнесува 6.7 насто.

Според предвидувањата на раководните луѓе на де Ербас индастрие најголем придонес во растот на потросувачката на авиосообраќајните услуги ќе има економскиот подем на Азија. Очекуваниот пораст на пазарот на воздушниот превоз во Северна Америка ќе изнесува само 3.7 проценти годишно, а во Кина повеќе од 10 насто. Според податоците на де Ербас



индустриее после 2014.година обемот на азискиот парк на авиониц ќе го надмине северноамериканскиот, а нивото учество во светскиот парк ќе се зголеми од сегашните 23 и 33 проценти. Покрај квантитативното зголемување на авиофлотата постојат сите услови за одредена модернизација на авионите. Се очекува да се зголеми гибаритетот на авионите со тоа што, во наредните две децении количеството на места, просечно во светот ќе се зголеми од сегашните 179 на 240. Авионите, пред се оние кои ќе сообраќајот во Азија, ќе имаат просек од 365 места. Ќе има и авиониц со капацитет од 600 места.

Како што се истакнува во извештајот на Меѓународната асоцијација за воздушен сообраќај, најголем пораст на патничкиот сообраќај е забележан во Азија, а по неа следат, Тихоокеанскиот регион, Северна Америка, Европа и Африка. Истовремено, аеродромите во Латинска Америка и Карибскиот базен соопстуваат за намалување на обемот на патниците.

Карго-превозот насекаде е зголемен за двоцифрени бројки, со исклучок на Африка, каде имаме одредено намалување и тоа за скоро 36 проценти. Види табела 28.

ПАТНИЧКИ И ТОВАРЕН СООБРЕКЈАЈ ПО РЕГИОНИ

(прва половина на 2005.година во споредба со првата половина на 2004.)

Регио	превозни Патници	%	Превозена стока (метрички тони)	%
Африка	4176955	4.4	54862	-36.4
Азија	24940663	12.9	601806	17.9
Европа	278521028	7.9	4223869	11.7
л.Америка (Карибски Базен)	32310373	-2.9	1191036	10.5
С.Америка	476175327	8.2	9679838	13.1
Тихоокеански Регион	128145526	9.9	3921760	13.5
Вкупно	944269872	8.0	19673171	12.6

Сто се однесува до аеродромите во светот, поред остварениот патнички сообраќај на првите три места се наѓаат аеродромот во Чикаго, Атланта, потоа следуваат Лондон, Лос Ангелес, Франкфурт итн. Во превозот на Товар најуспешни се аеродромите во Мамфис, Токио, Лос Ангелес, Нујорк, Франфуркт итн. Види табела 29.



АЕРОДРОМИТЕ ВО СВЕТОТ КОИ ОСТВАРИЛЕ НАЈГОЛЕМ ПАТНИЧКИ И ТОВАРЕН СООБРАКЈАЈ

Аеродроме	Превозено Патници (во 000)	Аеродроми	Превозено Стока(во 000 кг.)
Чикаго	31237	Мемфис	797
Атланта	26276	Токио	747
Далас	24848	Лос Ангелес	729
Лондон	23964	Нујорк	669
Лос Ангелес	23641	Франкфурт	665
Франфуркт	16925	Луисвил	632
Денвер	16204	Мајами	620
Сан Франциско	16169	Чикаго	597
Мајами	14648	Хонконг	582
Париз	13907	Лондон	498

Очито е дека во дадената состојба, авионскиот превоз може и мора да преземе врз себе поголемо учество во туристичкиот товар. Се верува дека цел од патниците на блиските прелети од авиокомпаниите ќе преминат во супербрзите железници, особено во Европа. Маѓутоа, авиокомпаниите ќе ја издржат таа конкуренција на железницата и тоа во сообраќајот кој трае повеќе од три часа.

ВОЗДУШЕН СООБРАКЈАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Авиосообраќајот во нашата земја со цел да ги задоволи се поголеми потреби од превоз на туристите и стока, прави посебни усилби на планот на зголемувањето на својата летечка флота, како и на модернизацијата и усовршувањето на аеродромските пристаништа. Се разбира, работите на тој план не одат ни така лесно, ни така едноставно. Се наидува на одредени проблем кои во никој случај не значи дека се неразрешливи. Напротив, истите брзо се решаваат со нужни технички зафати воздушна флота, опрема на аеродромите исл. Тоа пак значи дека тие проблем во прв ред се од економски природи, и за нив може да одлучува самата држава во соработка со авиопревозниците и другите учесници во авиосообраќајот.

И покрај таквите присутни проблем, авиосообраќајот во Македонија во последните години забележува резултати кои се за секаква почит. Особено се карактеристични 1999 и 2000.година кога има пораст на превезените патници за скоро 100 насто. Имено, според податоците на ЈП за аеродромски услуги во 2000.година на двете аеропростаништа во Македонија е регистриран вкупниот превоз на патници од 969915. Тоа во споредба со предходните години и 2001.година значи зголемување за 100 насто. При превозот на стоки постои поизразито зголемување и тоа за 53.9 насто (во 2000.година се транспортирани 10624 тони најразновидна стока и ПТТ пратки, наспроти 6900 тони во предходните години. Од аспект на поединечното учество на двата аеродроме во вкупно извршениот превоз, многу позабележителни резултати остварува аеродромот во Скопје, отколку аеродромот Св.Апостол Павле во Охрид.

Според податоците во табелата 29 произлегува дека Скопскиот аеродроме вАлександар Великиг учествуваа во превозот на туристи и во превозот на стока со околу 90 насто. Види табела 29



ОСТВАРЕН АВИОПРЕВОЗ НА СКОПСКИОТ И ОХРИДСКИОТ АЕРОДРОМ
Број на патници

година	вкупно	Индекс во однос На предходна година
1990	312492	/
1991	397660	27.3
1992	390025	-1.9
1993	577425	48.0
1994	603447	4.5
1995	590144	-2.2
1996	427267	-27.6
1997	431112	0.9
1998	503563	16.8
1999	965697	91.8
2000	1019905	5.6
2001	495204	-51.4
2002	508258	2.6
2003	494247	-2.8
2004	494611	0.1
2005	521339	5.4
2006	542319	4.0

Карго (во тони)

Година	Вкупно	Индекс во однос на Предходната година
1990	1872.4	/
1991	1088.3	-41.9
1992	1022.9	-6.0
1993	4338.5	324.1
1994	6936.3	59.9
1995	10605.3	52.9
1996	3209.5	-69.7
1997	4880.7	52.1
1998	5239.9	7.4
1999	11681.5	122.9
2000	4335.4	-62.9
2001	3262.2	-24.8
2002	3271.2	0.3
2003	2316.2	-29.2
2004	2382.1	2.8
2005	2305.4	-3.2
2006	2334.64	1.3



Статистика 1990-2007 Охрид

година	проток	патници	Карго(тони)
1990	1298	67811	119.9
1991	1590	60440	86.8
1992	862	34344	127
1993	1037	48022	124.7
1994	448	18681	20.9
1995	869	34397	19
1996	2318	101191	781.9
1997	1110	42531	4.1
1998	1136	55396	37.9
1999	1846	77281	169.8
2000	2051	65941	138.3
2001	998	53954	37.1
2002	1079	40209	51
2003	1032	51082	26.6
2004	656	32497	15.8
2005	1088	53930	18.5
2006	1025	50366	14.1
2007	1109	45515	15.37

Резултатите во работенјето секако можеа да бидат и позабележителни, доколку не постоела одредени проблем. За таа цел, неминовни се инвестициони зафати во правец на реконструкција на полетнослетната патека, потоа проширување на аеродромскиот терминал и на карго центарот во Скопје, како и набавка на специјална мобилна аеродромска опрема за двете авиопристаништа. Развојот на воздушниот сообраќај секако е обусловен и од постојаната модернизација на превозните капацитати од ова гранка од сообраќајот, што ќе овозможи на македонските превозни претпријатија успешно да се вклучат во меѓународниот воздушен сообраќај.

ПТТ СООБРАКЈАЈ

Поштенскиот и телеграфско-телефонскиот сообраќај представува мошне значајна гранка за одвивање на сообраќајот во меѓународни рамки. Имено, уште во 1865, година е формирана Меѓународна телефонска унија со седиште во Бери и како таква представува најстара меѓународна заедница во рамките на сообраќајот. Во 1964. Година е формиран и Меѓународен конзорциум за сателитска радио-комуникација, познат под името ВИНТЕЛСАТ.

Развојот на ПТТ сообраќајот колку време одмнуваше, беше се позабележителен. Денес може да стане збор за многу значајни негови постигнувања во тој правец. Особено позабележителни резултати се постигнати во развојот на телефонскиот сообраќај.

Овој развој не е подеднаков во сите земји. Колку земјата е поразвиена, дотолку неговиот развој е подинамичен и побрз. Инаку телефонскиот сообраќај според таа логика, би требало позитивно да корелира со стандардот на населението. Развојот на телефонскиот сообраќај го мериме според бројот на телефоните кои припаѓаат на 100 жители. Според овој коефициент, во 2000.година во светски размери на 100 жители доаѓаат 10.4 телефони, а поединечно, по одредени регии, најдобри развојни резултати има постигнато во Северна Америка со 51.2 телефони на 100 жители, потоа Австралија со 34.8 телефони на 100 жители и Европа со 28.0 телефони на 100 жители. Од земјите



најзабележителни се развојните резултати на Монако, со коефициент од 109.2 потоа доаѓаат САД со 74.4 па Јапонија со 42.4 итн. Особено значаен подем во светот има забележано мобилната телефонија. Според статистичките податоци, до 2010 година се очекува бројот на корисниците на ова телефонија да изнесува над 150 милиони. Во рамките на Европа статистиката покажува дека во Шведска, Финска и Норвешка има 28 односно 27 мобилни телефони на 100 жители, во Велика Британија 11 а во Унгарија 3.

Во однос на поштенскиот сообраќај не постојат расположливи податоци за тоа колку писма и други поштенски пратки биле во сообраќај со целиот свет. Според општо прифатената констатација за пораст на ПТТ сообраќајот во Целина, логична е и предпоставката дека и поштенскиот сообраќај бележи одредена динамика различна по одделни континенти и држави.

И за бројот на испратените телеграм во светски размери не се располага со податоци. Но, логички на предходниот заклучок, и за овој вид на сообраќај може да се рече дека е во постојан пораст, различно од земјите, од континент до континент. Земјите со развиена економија односно со висок животен стандард на населението, секако имаат далеку подобри резултати на тој план, од земјите кои имаат низок животен стандард на своето население. Впрочем, во предходните излагања од ова книга, во главата за факторите на сообраќајната побарувачка јасно го истакнавме значењето на националниот доход и расположливиот доход на населението за сообраќајот.

Како и да е, факт е дека современиот туризам е незамислив без ПТТ сообраќајот, т.е пренос на информации во далечина со помош на телекомуникацијата. Овој вид на сообраќај се јавува скоро во сите сегменти од туристичко патување, почнувајќи од информацијата за дестинацијата, преку резервации, како и лични контакти од дестинацијата, па се до сите други можности за користење на сообраќајот. Во одредена смисла на зборот може да се рече дека туризмот го поттикнува развојот на самиот сообраќај. Особено тоа доаѓа до израз во земјите кои се недоволно развиени, или кај оние во развој. Услугата се настојува да се приближи на стандардите од развиените земји, бидејќи туристите во главно доаѓаат од тие подрачја.

Во рамките на ПТТ сообраќајот станува интересен за потребите на туристите и развојот на одредени резервациски информациона системи, национални, кои ќе ги напојуваат со информации хотелите исл. Со развојот на телекомуникацијата се прошируваат вообичаените потреби на туристите за овој вид на сообраќај. Интересни стануваат и радиоапаратите и телевизорите., кои даваат корисни и благовремени информации за туристите.

Во Македонија ПТТ- сообраќајот во последните неколку години како да доживува одредена ренесанса во својот развој. Посебно, значајни се зафатите кои се прават да се развијат покрај класичните телефони, на кој се темели факсималот и телефонскиот и телетекстот, видеотекстот, безичните телефони (мобиле) и друго. Во 2007.година две третини од населението во Македонија користи фиксни телефони, 70% има мобилни приклучоци, а секој петти жител има интернет.

ПОМОРКИ СООБРАКЈАЈ

Развојот на поморски сообраќај, како и во некоја друга сообраќајна гранка не е обусловен од големината на општествениот производ по глава на жител. Напротив, денес меѓу десетте земји со најголема поморска флота во светот, спаѓаат и земји со низок општествен производ од глава на жител, а и земји со висок општествен производ по глава на жител. Ако издвоиме некои од нив, ќе



видиме дека таа разлика меѓу нив во општествениот-производ по глава на жител е голема. Се движи од \$ 490 во Либија до 10820 во САД. Како што се гледа, разликата е 22.08 пати. Види табела 30.

ДЕСЕТ НАЈГОЛЕМИ ПОМОРСКИ ФЛОТИ ВО СВЕТОТ И ОПШТЕСТВЕНИТ ПРОИЗВОД ПО ГЛАВА НА ЖИТЕЛ

земји	Општествен производ Со глава на жител во САД \$ за 1979.г.	Брт носивос (во 000)
Либериа	490	81582
Јапан	8800	39992
Грција	3890	37352
Англија	6340	27951
Норвешка	10710	22349
Панама	1350	22323
Поранашен СССР	4110	22900
САД	10820	17542
Франција	9940	11945
Италија	5240	11694

Наведените земји во табелата 30, ја представуваат светската флота во големина од скоро 72%, Само Либериа зафаќа околу 20%

Во сегашни услови на развојот на економијата во светот, поморската флота е особено значајна за превоз на нафта со т.н супертанкери, како и некои производи со масовна количина. Постои општо уверување дека поморската флота и бродоградбата се стери сообраќајни гранки кои времето постепени како да ги висфрлаат од употреба. Таквата практика особено засилена се чувствува во туристичкиот превоз, каде скоро да не се практикува примена на поморскиот сообраќај, со исклучок на моментите кога да се направи одредено крстарење и поморско рибарење. Затоа и не е чудно што денес, многу земји, во развојот на поморскиот сообраќај повеќе гледаат шанса да ги задоволат своите потреби од превоз на одредена стока, отколку преку него да остварат одредена економска добивка. Ова особено се однесува за земјите кои имаат висок општествен производ по глава на жител, како што се Јапонија и САД. Другите земји, со голема поморска флота примерот со Либериа, Грчка и слично, ја започнуваат идејата, и со мала економска корист да развиваат поморска сообраќајна дејност. За тоа имаат и одредени компаративни предности: близина на море, евтина работна сила и традиција долгогодишна во изградба на бродовите. Се разбира, некои од наведените земји во табелата, својот економски развој го темелат исклучиво, или пак, во најголема мерка, на се поголемиот развој на поморската флота. Примерот со Норвешка, Англија, Франција, Италија.

Инаку, како сообраќајни средства кои користат во поморскиот сообраќај, постојат т.н пловни објекти со чија помош по морињата и океаните се провозуваат туристите и стоката. Ги има од најразличен вид, од оние на кои се превозува само еден човек и неколку килограми Товар, до мамутски бродови со кои се превозува и Товар поголем од 500 милиони кгр.

Од аспект на развојните постигнувања на поморските пловни објекти, може да се рече дека, нивното техничко усовршување тече со една побавна



динамика во споредба со другите сообраќајни средства. Особено, одредено стагнирање во развојот постои во однос на усовршувањето на брзината на движење. Па затоа не е ни чудно, што денес пловните објекти може да се окарактеризираат како најспори превозни средства. Но, мора да се истакне заложбата која е направена во последно време на тој план, така што се успеа да се изградат бродови со поголема брзина на движење. Со работи за пловни објекти на воздушен јастук. Постигнуваат брзина од 35 до 185км/час. Тоа се т.н патнички бродови.

Во бродот се влегува оздола, каде што има голема гража за автомобили, а скалите служат за качување на палубата за туристите.

Во некои други домени од развојот, се постигнати мошне завидни резултати, особено на планот на превозната способност. Имено, ниедно друго сообраќајно средство не може одеднаш да превози толкава голема количина на Товар како што може бродот. Неговиот превозен капацитет достигнал такво рамниште, што може да ги превози сите транспортни средства, почнувајќи од автомобил и хеликоптер, до железничка композиција и војни авиони.

Од времето на појавата на патниот параброд од денес, светската поморска флота бележи постојан пораст. Во почетокот на 20 век таа изнесувала околу 30 милиони БРТ (брuto регистрирани тони), а денес, во 2007, година нејзиниот капацитет е над 900 милиони БРТ.

ВОДЕНИОТ СООБРАЌАЈ ВО МАКЕДОНИЈА

Водените површини често се сметаат елемент на географската средина кои ги делат просторните целини. Така, океаните и моринјата се сметаат како елементи до кои се протегаат континентите. Реките се земаат како линии на разграничување меѓу државите. Меѓутоа, вековното користење на морињата, езерата и реките како пловни патишта, ги негираат ваквите мислења. Имено, дури и најстарите цивилизации ги користеле овие природни патишта и така меѓусебно се приближувале.

Инаку, водениот сообраќај има предност нас другите видови сообраќај, затоа што за водените патишта не е потребна изградба на посебна инфраструктура, освен изградбата на пристаништата за кои не се потребни големи финансиски средства. Поради тоа и неговата традиција е најдолга. Како извонредни поморци, историјата го бележи Феничаните. Поусовршено е модернопловството на Грција, а традицијата е присутна и кај Римјаните Норманите и Викинезита.

Нашата земја, Република Македонија, нема излез на море, особено не е поморска земја. Овој факт треба да се свати како негативна околност во туристичкиот развој. Меѓутоа, релативно големите езерски површини, што се наоѓаат на нејзината територија, во значителна мерка го потполнуваат овој недостаток. Дури, по некои карактеристики, тие ги надминуваат вредностите на морето. Во нејзината географска средина е лоцирана богата хидрографска мрежа од езера и реки. Езерата се од природно и вестачко потекло. Охридско, Преспанско и Дојранско Езеро со крајбрезниот простор, се туристички најразвиените регионални целини каде што се одвива езерскиот сообраќај. Покрај развојот на езерскиот, можно е да се развие и рецниот сообраќај со течението на реката Вардар.

Големата туристичка вредност на најголемото природно езеро во Македонија-Охридско Езеро (заститено од УНЕСКО), Преспанско и Дојранско се одразува пред сè, врз поседувањето на рекреативните и естетските, како и на некои куриозитетни својства. Сето тоа придонесува овој регион да има



забележителен развој на езерскиот туристички сообраќај, кој пак од друга страна зависи од разни видови пловни објекти и бара уредни места (пристаништа) за нивно отпловување и пристигнување.

Од презентираните информации на Капетанијата, се заклучува дека Република Македонија, на државно ниво во 2007. година располага со над 2000 пловни објекти, од кои нас 1600 се во Охрид како место каде што е најразвиен езерскиот сообраќај. Најголемиот дел од пловните објекти, спаѓаат во регистарот на чамци, во категоријата чамец, се опфатени, пловни објекти со максимална должина до 20м, максимална ширина до 3м, носивост до 15 БРТ. Во нив можат да се превезуваат до 12 патници.

Поголемиот дел од пловните објекти-чамци припаѓаат на типот пасараг плеџ. Тоа значи дека се изработени од метал на предниот дел се засилени а на задниот засечени. Овој вид на чамци не е многу безбеден, во споредба со пластичните, кои во поново време се се позастапени во езерскиот сообраќај.

Освен со категоријата чамци, езерскиот сообраќај на Охридско Езеро се одвива и со бродови. Има вкупно шест. Од нив четири се регистрирани, а два се во фаза на регистрација. што се однесува до староста на бродовите, може да се каже дека потекнуваат некаде од периодот по Втората светска војна, некои од нив се реновирали, а за останатите се превземаат одредени дејствија.

Со напредокот на индустријата и технологијата, во водениот сообраќај застапени се нови, пософистицирани пловни објекти. Така и кај нас, во периодот од 1998 год. па наваму, во езерскиот сообраќај, забележителна е голема застапеност на регистрирани пловни објекти од типот на: глисери, скутери на вода, јахти, спортски чамци.

Водениот сообраќај во нашата држава игра значајна улога во просторот на современиот туризам и на начинот на неговото манифестирање. Постои силна корелација помеѓу експанзијата на местото како туристичка средина и подобрувањето на водениот сообраќај. Секако дека најважната алка, која преидонесува за тоа е самиот пловен објект, неговата опременост (ентериер, екстериер), удобноста, брзина, сигурност, можност да се прилагоди на потребите на патниците туристи.

Во контекст на горе споменатите услови, ќе забележиме дека кај нас се чинат успешни напори, пловни објекти на езерскиот сообраќај да одговараат на променливите, пребирливи вкусови на туристичката клиентела. Типичен пример кој ја потврдува ова констатација е бродот Галебе е (автобус на вода) белегот на градот.

Галеб е произведен во Унгарија, во 1957 година, а во Охрид бил донесен една година потоа, преку савското пристаниште во Белград. Бродот е долг 27 метри. Во периодот 2006/2007 година, Галеб беше реновиран. Со тоа некогашната старудија наеднаш стана пријатна атракција и повторно блесна по водите на Охридско Езеро. Со инвестиции од 450000 евра, експресно беше реновирана неговата неадворесност, машинскиот дел и ентериерот. Сега бродот има две палуби горна и долна, санка бар и VIP салон. Може да прими вкупно 150 патници. Бродот има и дозвола да работи како ноќен клуб (таа прилика ја користат во летниот период). Станува збор за единствениот брод во Охрид, кој е влезен во меѓународниот регистар на бродови. Сертификацијата ја направила осигурителната компанија Лојд.

Галеб е реконструиран по угледот на бродовите на познатата бродска групација вФеретиг а некои од идеите за ентериерот се вукрадени по малку од стилот на сплитските, по малку од стилот на солунските бродови. Машинскиот дел е обновен со еко мотори од ексклузивната мерка вПеркинс



Намената на овој пловен објект-симбол на охридската ревиера е првенствено да работи како редовно патничко средство во текот на целата година. Се најавува дека бродот Галеб би се нудел и како дел од туристичките аранжмани за странците кои минуваат низ Охрид. Исто така, отворени се можности, бродот да се закупи од некоја група бизнисмени или политичари, како место за состаноци, како и да се користи за елитни ноќни забави.

Со редовна патничка линија Охрид-Св.Наум во должина од 30 км. на туристите им се овозможува да го доживеат охридското крајбрежје на поинаков начин. За време на патувањето се чувствуваат поудобни, порелаксирано растеретени од секојдневните обврски, барем за момент, избегнувајќи го патниот сообраќаен хаос, запознавајќи се со природните убавините, со еден збор задоволство и атракција. Посебно воодушевување представува ноќното крстарење. Пријатна музика, доброто расположение и импресивната глетка на градот и околината, предизвикува чувство на восхит и силни емоции.

Освен бродот вГалебг по силните Охридски воид пловат усте неколку доволно атрактивни и добро опремени бродови Александрија Кристинаг Индија. Некои од нив ја одржуваат пловната линија Охрид-Св.Наум, Охрид-Славија. Исто така, приредуваат ноќни забави приватни зурки а секако и ноќјани крсатарења.

Во почетокот на деведесетите години, донесен е тип на хидробус (бродот на вСилексг). Капетанијата не одобри дозвола за пловење, па замислата да биде пловен објект или да служи како ресторан на вода, не се оствари.

Во далечната 1937 год. во Охрид е донесен бродот Македонија. Во 1941 год. овој најголем македонски крстоносац е потопен во езерото, а од 1949 год. е национализиран. Пред војната овој брод редовно пловел на линијата Охрид-Подградец, Албанија. Тој бил главно превозно средство за охридските трговци кои набавувале стока од Албанија. По војната, овој пловен објект главно служел за превоз на туристи од излетничките места на брегот на Охридското Езеро, како и на многубројните странски делегации што доаѓале во Охрид. На неговата палуба се возеле познати светски државници кралеви.

Денес постои голем интерес за возообновување на бродската линија, меѓу двата погранични града, Охрид-Подградец. Додека не се создадат потребните услови, бродовите ќе превезуваат само патници, а потоа по бродски пат ќе се транспортира стока. Ова се потврдува од Министерството за транспорт и врски.

Со дозвола на Капетанијата, во Охрид се овозможи една возбудлива атракција. Станува збор за хидроавион чешко производство, брзина на летање 120 км/ч. опремен е со хидропловка а за да полета му треба вводна Пистаг од 250м.

Трагачите по возбуда можат да уживаат во панорамските глетки на езерото, со летот на првиот хидроавион кај нас. Новата охридсака атракција привлекува многу авантуристи, а редовни патници се странските гости, кои летот го користат за фотосеанса на убавините на езерскиот брег. Во него има место за пилот и еден патник. Во екот на туристичката сезона, авионот секој ден полетува од плажата пред хотел Парк.

Вредно е да се каже дека покрај многуте пловни објекти, езерската шир ја разбрануваат и бројните едрилици, сандолинки, педалилки и кајаци. Во марината кај Билјанините извори има само по некој глисер и две три водени возила кој наликуваат на јахти, но не ги исполнуваат стандардите. Еден од условите за да едно пловно возило се смета за јахта е да биде долго на 18м.



Во Струга , група ентузијастички од едрилицарски клуб, го возобновуваат македонското бродоградителство. Изработени се пет јахти од кои две пловат, а три треба да се комплетираат. Јахтата од типот вСирмаг со вграден бротски мотор, плови брзо, сигурно, стабилно и лесно се управуваат.

За да се оживее езерскиот сообраќај во Преспанско, невладини организации од Македонија, Албанија и Грција подготвија проект за изградба на сплав. По две децении без брод, Преспанци ќе добијат пловен објект-сплав. Со должина 9 м, ширина 6 м, сплавот ќе биде изграден од трска, а на него ќе има и колиба во која ќе можат да престојуваат 50 лица. Сплавот ќе плови на 5-10 м од брегот. Гостите ќе доживеат меѓуграничен панорамски просетки по Преспанско Езеро. Наскоро сплавот ќе им прави друштво на џамците и ретките приватни глисери.

По 20 години, овој сплав ќе биде единственото превозно средство со кое луѓето ќе може да пловат по езерото. Досега туристите изнајмуваа чамци од месните жители и тоа по цени повисоки од охридските.

Постарите ресенчани носталгично се секјаваат на осумдесетите години кога во Преспанско Езеро пловеле Хидробусот и неколку бродови вОтесевог и вПреспаг, вМакедонкаг и вКорзикаг. Со овие пловни објекти се организирале тури,ученички екскурзии и редовни бродски линии на релација Отешево-Остров-Крани-Претор-Отешево. Пристаништата изградени во овие летувалишта, поради повлекувањето на езерото, денес се целосно уништени.

На неодамнешната работилница, која се одржала во Преспа, се разгледувале можноста за бродска линија до островот Голем Град заради што бил побаран брод од Охрид. На ова работилница присуствувале претставници од Капетанијата. Дали оваа идеја ќе се реализира, останува да покаже времето.

Во нашата земја водниот сообраќај нема некое посебно влијание врз развојот на туризмот. Интересен е за туристите во миговите кога треба да се зголеми содржината на престојот, со едно езерско крстарење со пловен објект кајце, глисер, и слично. За секој пообремен туристички сообраќај не станува збор , зошто за тоа нема и услови. Освен природно дадените патишта : езерските води на Охридско, Преспанското и Дојранското езеро, не постојат и соодветни пловни објекти. Во едни такви материјални услови, не може да се големи резултати на планот на развојот на водениот сообраќај. А природни услови за негов развој постојат. Потребно е само човечкиот фактор повеќе да се ангажира на тој план, со што и резултатите нема да изостанат.

Покрај развојот на езерскиот воден сообраќај, можно е да се развие речниот сообраќај по течението на реката Вардар.

За развојот на водениот сообраќај потребно е да се градат и соодветни пристаништа, кои влијаат стимулативно за развојот на водниот сообраќај. Нив, во нашата земја ги нема, со исклучок на пристаништето во Охрид, кои за жал, токму е застарено и неодржано, што во секој момент престои опасност истото да сруши. Негова модернизација и кондензација се цини дека е непоходна.



V. ПЕТИ ДЕЛ: ТЕМА БР.1 НАПРЕДОК ВО ИСТРАЖУВАЊАТА ЗА МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ТУРИЗМОТ И ИДНАТА ИСТРАЖУВАЧКА АГЕНДА

Многу истражувачи и критичари најверојатно ќе ги земат во предвид содржините на оваа книга и ќе се запрашаат – зошто истражувачката монографија која ја обработува темата на транспорт и туризам кога постојат многу бројни значајни текстови кои ја обработуваат темата на врските меѓу транспортот и туризмот и тоа со многубројни изучувања и примери за студенти. Но многу од овие изучувања немаат повисок степен на истражувачки планови кои се потребни доколку полето на истражување е поразвиено. Со брзиот раст на изказите од истражувањата на полето на исто толку брзо растечкиот туризам, овие искази кои се од слично значење можат да бидат валидни за површен степен на весници кои ќе обработуваат теми од транспортот и туризмот според натписи кои детално ја обработуваат оваа тема. Elsevier Science објавува многу весници кои ја обработуваат токму темата на транспортот, како познатите Transportation Research A-F Series, Transport Policy и Journal of Transport Geography. Исто така објавува и добро етаблиран и специјализиран Journal of Air Transport Management кој веќе претставува главен извор на истражувања од секторот на авиотранспорт, кој воедно е и директен или индиректен лобист на глобалниот раст и развој на туризмот.

Сепак треба да се каже дека овие весници и интерконекцијата кои тие ја признаваат во туризмот се добри носители на истражувачките полиња не потекнува од деталните анализи на статии од овие весници. Во случајот на Journal of Air Transport Management, кој објави шест статии помеѓу 1994 и 2003 со директна референца на туризмот во својата апстрактна содржина и уште 23 статии кои туризмот го наведуваат воглавно во врска со воздухопловни услуги. Слично на овој случај весникот Transport Policy не го ни спомнува туризмот во своите 52 статии во кои станува збор за патувања, статии кои содржат некои елементи на туризам но не се експлицитно расправани. Во збирката на весници кои ја обработуваат темата на истражување на транспортот, само четири статии се наведени како туристички кои се појавија меѓу 1981 и 2004 во Transportation Research A. и Transportation Research D. Слично и во Journal of Transportation Geography само една од трите статии наведени како туристички, ги обработува проблемите во туризмот експлицитно.



Иако голем број поврзани термини го прошируваат опсегот на новите статии, постои генерален тренд: туризмот не е жесток лидер во транспортските истражувања. Тоа не е нивна страст и не е изненадувачки, истражувањата финансирани од финансиски агенции (со исклучок на ЕУ) се загрижени за неслободните временски истражувања.

Критичарите можат да посочат кон овие весници кои не е целосно заинтересирани за проблемите во туризмот и да обезбедат повеќе весници кои ќе се грижат за истите овие проблеми. Но, многу од овие весници кои се фокусираат на истражувањата од делот на транспортот се дел од поширока социјална научна рамка, која укажува на тоа дека пошироките анализи за транспорт и туризам се секако угледни области за истражувања. Но изгледа дека ова не е случај со некои исклучоци. Доколку некој тврди дека треба да се обртиме кон туристичката литература за да се здобиеме со овие концептуални увиди и развитоци во интерконекциите и врските меѓу туризмот и транспортот, тогаш сме подеднакво разочарани од недостигот на прогрес во оваа област. На пример, пребарување на поимот „транспорт“ во списанието *Tourism Management* прикажува 41 резултати, но само 20 од нив се статии објавени меѓу 1982 и 2003, помалку од една статија за секоја година објавување. За списание кое објавува околу 30-40 статии во година како истражувачки трудови или истражувачки белешки ова укажува на лимитираниот број на трудови од оваа област. Слично и списанието *Annals of Tourism Research* вбројува 54 статии под „транспорт“ но само четири можат да се категоризираат како истражувачки трудови.

Затоа, при ваква литература не е изненадувачки тоа што во областа на туризмот, истражување на транспортот останува значително запоставен и покрај својата динамична улога во создавање на туристички движења на различни географски нивоа. Додека голем број на туристички истражувачи објавија свои трудови од областа на транспортот во други списанија, областа сеуште не покажува напредок во последната декада. Голем дел од истражувањата остануваат како изучувања управувани од областа на бизнис и менаџмент, додека посистематски оценувања, често базирани на високо квантитативни методи, се добиени од истражувања на транспортот и мал број на туристички истражувања.



Можеби туризмот и транспортот не се важни теми за новиот милениум за туристичките истражувања како што одржливоста и екотуризмот беше во 1990тите. Можеби запоставувањето е базирано на погледот на туризмот и транспортот кои претставуваат дискретни области кои истражувачите не би требало да ги преминуваат, бидејки истражувањата во транспортот се доминирани од страна на транспортната економија. Воедно, јазикот и терминологијата на овие истражувања не е секојдневниот јазик и пристап кој многу туристички истражувачи го прифаќаат, во зависност од нивната дисциплинска еластичност. Јасно е дека транспортната економија е подефинирана област на изучување со многу подолга историја на развој одколку трудовите за туризам, па така туристичките истражувачи најверојатно треба да бараат низ области кои традиционално се штитени од економисти. Политичката област исто така контролирана од страна на истите истражувачи кои работеле во транспортната економија со некои исклучоци туризмот не бил сметан за приоритет. Прифаќање на било какви објаснувања за постојните информации за транспортот и туризмот како почетна точка за истражување неможе да порече дека се недоволни.

Какви и да биле претходните развитоци на истражувачката агенда, јасно е дека сега е потребен поголем степен на соработка меѓу дисциплинската и предметската област, бидејки мејнстрим транспортно истражување го ограничува преминувачкото туристичко истражување. Туризмот толку зависи од транспортот што неизучување на неговите интеракции и значења е огромен надзор и запоставување кое континуирано ќе го уназадува нашето сфаќање на оперирање на туризмот како бизнис и глобален феномен. Дури перспективи од историјата на транспортот, нешто подалечни области од туризмот, има многу важни перспективи за понуда на туристички истражувачи. На пример, со моменталниот фокус на туристичките истражувачи на интегрирање на туристичката индустрија и глобализација, тиме мислат дека ова е нов концепт кој туристичката индустрија ја развила и ја користи повоениот период. Всушност постојат многу примери од интеграции и почеток на глобализацијата. На пример развој на глобални превозни правци од Р&О за Викторијанската и Едвардианската епоха, едноставно прифатени бизнис стратегии кои многу авио компании ги развиле пост воениот период во однос на патна конкуренција. Слично и стратегиите на тур операторите и нивните



интеграции што големите европски компании ги водеа во 1980 тите и 1990 тите можат да бидат приметени и во други сектори за време на 1920тите. На пример, со обединувањето на британските компании во 1920тите за да се создаде „Големата четворка“ (GWR, LNER, LMSR, и Southern), интеграцијата се случи преку преминување во автобуски оператори, изградба на хотели покрај железнички станици каде би се сместиле гостите највеќе во Шкотска и Глинејглс како и развојот на заливскиот туризам, и употребата на модерните маркетиншки методи како адвертајзингот/рекламирањето. Иконографијата за време на војната на рекламирањето на железничкиот превоз ги подвлекува знаменитостите од примените на интердисциплинарни пристапи да се ценат софистицираните пораки кои овие компании бараа да се употребуваат за да привлечат слободно временски патувања.

Слично на користење на продажни и промоциски техники ја покажуваат еволуцијата на стратегиите за развој на модели од приносниот менаџмент во релација со туристичкиот сообраќај и поделените пазари исто како и авиокомпаниите го направија тоа во повоениот период. Важно е да се каже дека истражувањата од областа на туризмот мора да се информирани и управувани од интердисциплинарни перспективи и ова е најочигледно во областа на транспортот и туризмот. Што може овој есеј да понуди за развој на оваа програма?

Оваа монографија нема да се обрати кон сите споменати точки. Всушност нема ни да води кон радикална концептуализација на оваа област. Но тоа што овој есеј ќе го направи е ќе ги оцени некои од главните проблеми со кои се соочува оваа област на истражување во почетокот на годините на новиот милениум. Нуди некои нови увиди на начинот на кој преносот на транспортните и туристичките истражувања како обединети области на изучување со тоа што наоѓа одговор на прашањето каде истражувањата постојат, кои планови можат да се унапредат или пак да се разберат и каде се случуваат нови напредувања. Придонесувачите на овој есеј придонесуваат важни заклучоци преку испитување на туризмот и транспортот како феномен кој потекнува од подобри истражувачки напори одколку што е случајот. Исто така без подигнување на профилот на оваа област, ќе остане запоставен и оддалечен од многу истражувања на трема транспорт и туризам. Истовремено овој есеј врши истрага на проблемите кои се важни за релацијата меѓу



туризмот и транспортот и допринесува со широк спектар на истражувања во оваа област.

Се надевам дека доприносите ќе ги сметате за просветителни и вредни за област на која студенти, истражувачи и практиканти се насочени критички за недостатокот на доволен број на истраги и активности. Затоа многу списанија како Travel and Tourism Analyst и пазарните истражувања постојат да докажат дека информации од областа на транспортот постојат и се достапни, овој есеј докажува дека концептуализација на транспорт и туризам нуди многу поврзани области за развој на изучувања. Се надевам дека овој есеј ќе допринесе временски и вредувачки во напредување на дебатата за транспортот и туризмот.

Предговор

Значењето на транспортот како интегрален дел на системот за туризам е предмет на дискусија во литературата за туризам од 1790 те години. Функционалните елементи на патните и особено фаза на струи помеѓу регерирањето и примање дестинации се моделирани на сличен начин на гравитационите модели во транспортот, иако во реалноста тие имаат тенденција да си поедностави комплексноста на патувањето кое што допринесува за туристичките цели. Природата на туристичките текови е илустрирана во фигура 1.1. Тоа значи дека иако транспортот е јасно суштински елемент во функција на туризмот, концептуализацијата на допирната точка помеѓу транспортот и туризмот бара понатамошни испитувања (Laws 1991). Во поширок контекст, развитокот на теоретската рамка за анализи се фокусира на системите за пристап. Туристичкиот систем е дефиниран од Мекинтош (1995 -21) како множество на меѓусебно поврзани групи координирани да формираат обединета цел и да организираат за да постигнат збир на цели.

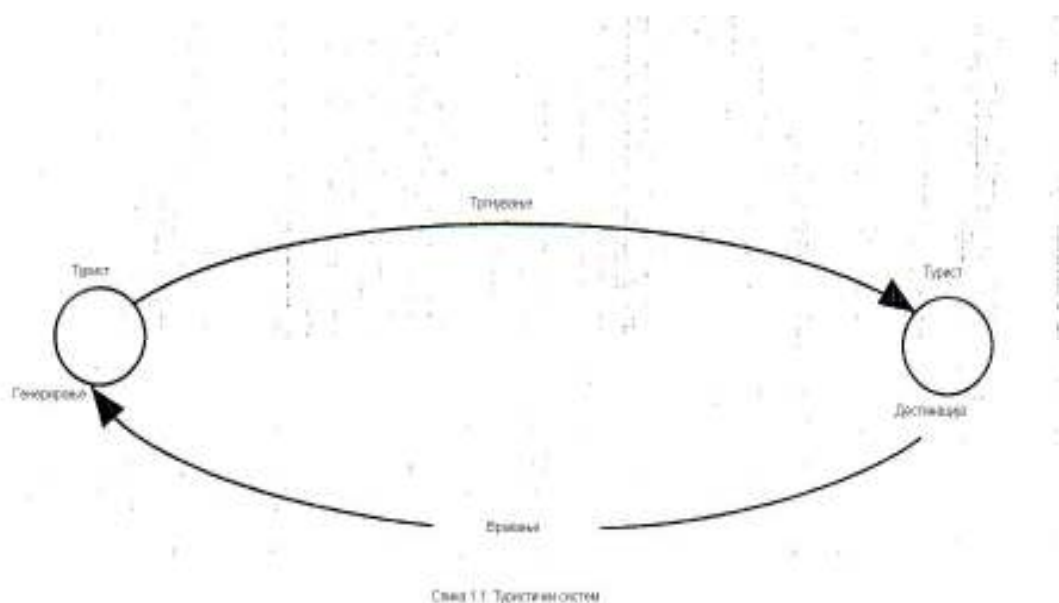
Мил и Морисон (1992) во објаснувањето на туристичкиот систем го нагласуваат процесот на размена меѓу потрошувачите и добавувачите па пат на четитри интегрирани компоненти пазарот, елементот на патување , дестинацијата и маркетинговиот механизам. Овие елементи се поврзани, во прв степен од страна на протокот на информации проследено од посетители помеѓу почетните и завршните дестинации. Процесите кои што овозможуваат ова да се случи, преку пример посредниците за патувања и транспорт провајдерите го олеснуваат искуството во туризмот. Голем број на автори го



прошируваат нашето знаење за природата на туристичкиот систем вклучувајќи ги Геџ (1986) и Ган (1994) ; тие заклучија дека тој се состои од мрежа на меѓусебно поврзани функционални врски кои што се независни, динамични и ги опфаќаат и понудата и побарувачката.

Првиот дел на ова поглавје се обидува да ја објасни допирната точка помеѓу транспортот и туризмот со повикување на туристичкиот и транспортниот систем.

Во вториот дел авторите разгледуваат некои од големите предизвици ограничувајќи го туристичкиот транспорт и како ова може да даде облик на агендата за идно истражување.



Додека повеќето автори го анализираат туристичкиот систем на сеопфатен начин тој исто така е поделен на под систем. На пример Леипер (1990) го анализирал туристичкиот атракционен систем и во однос на транспортниот елемент, Пејџ (1999) го разгледал туристичко- транспортниот систем. И двата автора открија структури и процеси кои ги карактеризираа овие под системи и овозможуваат објаснување за тоа како тие се вклопуваат во рамките на поширокиот туристички систем. Пејџ (1999) го дефинира туристичко- транспортниот систем како група на фактори, кои влијаат на целото туристичко искуство, од планирање на пред патување до последната фаза враќање од патувањето . Приодот е домен на однесувањето на приодот кој што објаснува зошто луѓето патуваат и зошто тие избираат различни форми на



одмор, дестинации и транспорт. На пример голем број на проучувања ги преземаат прелеминарните истраги во избор на однесување кои во однос на туризмот кој е врз основа на автомобил?. Во поглавје 2 , природата на мотивација и изборот се продолжува од Пипс и Маскардо. Во овој придонес авторите цртаат концептуална мапа за да ги различат врските помеѓу животниот циклус, туристичката мотивација и искуствените последици на транспортот користејќи бројни проучувања на патувачи од Северна Австралија.

Развој на допирната точка меѓу транспортот и туризмот:

Клучно концептуални предизвици

И покрај преклопените светови на туризмот и транспортот, има само ограничени напредоци евидентирани во литературата. Пејџ(1999 а) укажува на недостаток на покривност во основните книги за транспортот. Малку можат да бидат извори на стручната литература за транспорт ; ова е и покрај растечкото ниво во рамките на туристичкото генерациско патување и помеѓу многу региони во светот. Додека анализата се стреми да биде мултидисциплинирана во транспортните како и во туристичките студии, акцентот и насоката на истражување се фокусираат на нова случајна теорија чии што модели се избор на патување. Иако ова е под влијание, повеќето од човечките активности пристапи во последните години (Фох 1995). Според тоа, побарувачката во патувањето е моделирана користејќи збир на карактеристики на однесување и претпоставувајќи дека индивидуите или семејствата прават рационален избор базиран на заштедување време. И покрај неговите карактеристики овој пристап сеуште обликува, концептуални рамки, дефиниции и мерки на истражувањето на однесувањето при патувањето (Хеншер 2001). Според тоа во транспортните студии нема концептуални разлики во пристапот на моделирање патувања за корисници или слободни цели има број на бариери кои ги прават споредбите помеѓу транспортните и туристичките патувања, тешки или неостварливи на пр: има мала координација на собирање на податоци; транспортните и туристичките податоци се неспоиви. Дефинираните проблеми како на она што се мери се проблематични. Навистина, некои транспортни оператори би тврделе дека тие всушност не превезуваат туристи, но само хомогени групи што ги етикетаат патниците. Оваа остарена перспектива ја губат областа со многу поголеми оператори кои ги применуваат техниките за маркетинг за да разликуваат помеѓу пазарни сегменти какво сто е туристичкото и слободното патување.



Според тоа, дефинициите кои се скоро универзални приложени во транспортните студии не се слично формулирани во туризмот. На пр: во транспортот патувањето вклучува придвижување на личност помеѓу две места со цел активностите да бидат преземени. Местата вообичаено се однесуваат како почетни и завршни зони. Во транспортните студии патувањето може да биде поделено на неколку етапи, секоја етапа е дел од целосното патување направено на еден начин, на транспортирањето. Времетраењето на патувањето е времето помеѓу почетокот и завршетокот на патувањето. Турата се однесува на повеќе од едно патување од почетната зона до другите места, за крајно да се врати на почетната дестациона зона.

Туристичките студии користат паралелни рамки на концептуалната зона и дефинициите често се разликуваат на пр: “термините” патувања и обиколка се помалку јасно специфични во туристичките одколку во транспортните студии. Целта на патувањето е дефинирана во транспортните патувања и може да биде наменета за работа, за слободно и образовни цели, додека туристичките патувања вклучуваат цели за бизнис, задоволство, посета на пријатели и роднини, здравје и религија. Има моментални обиди да се хармонизираат концептуалните рамки и собирањето на податоците, во главно во релацијата на долги дестинации. Но тие сеуште се во фаза на развивање. На пр: во Европската унија методите за европско проучување за начинот на однесување во патувањето и студиите за редот на кој се дадени датумот и местото за пишување на статијата, се стремат да кординираат план за проучување, процедури и обрвци преку земјите членки на ЕУ. Во внатрешноста на туристичкиот сектор има исто така неколку нови развои за да го поткрепат истражувањето и да ги набљудуваат пристапите кои вклучуваат податоци за транспортот. (ЕУРОСТАТ 1998, Светска Туристичка Организација). Во реалноста, врската помеѓу транспортот и туризмот е асиметрична. Транспортот е објект кој што потпомага, без кој туризмот немозе да постои додека обратното е невистинито. Ова е случајот и го дава тоа што проучувањето на транспортот се фокусира на корист, како патувањата да бидат остварени, училиштето и другите секојдневни лични бизниси; туристичките и рекреативните патувања се стремат да бидат вклучени во генерализирано моделирање на транспортниот систем. Во еден неодамнешен апел за проширена агенда за истражување во транспортот како и да се интегрира



транспортот и широко социоекономските активности и имплицитни референции да беа направени да вклучуваат слободно време (Престон 2001). Како и да е моменталната позиција е дека транспортната анализа е базирана на тврди концепти како што е доменот, побарувачка во врска со патувањата кои се направени за било какви цели. Ова го повлекува прашањето како што е сеедно дали туристичките патувања се доволно различни да ги искористат патувањата и да наложат посебно внимание.

Дали туристичките патувања се доволно карактеристични за транспортното патување ?

Дебата се фокусира на две научни области на дискусија: природата на карактеристиките на патувањето и големината на туристичките патувања. Најпрво има неколку забележливи разлики во термините за карактеристиките на патувањето. Повеќето корисни патувања се направени регуларно, и често вообичаената основа во рамките на месноста или во рамките на поширока зона во која што личноста престојува. За разлика туристичкото патување по дефиниција вклучува патувања до места различни од вообичаената околина каде што престојуваат . Повеќето туристички патувања на сето тоа што се ретки се исто така за прв пат или поединечни патувања, посетителот е често нефамилиарен со транспортните системи и достапните опции. Според тоа моделите на однесување по можност треба да бидат различни; одлуките како што се каде и како посетителот да патува се оделно ограничени од избрана активност но се исто така се повеќе вероватни да бидат копирани стратегии базирани на ограничени информации. Ова се прилага не само на транзиторната фаза на патувањето но исто така и на дестинацијата. Според тоа начинот на избор е веројатно да биде под влијание на достапното ниво на информации, изборот на алтернативи и олеснување на пристапот до нив. Второ големината на патувањата е многу важен фактор во рамките на моделот на целосна побарувачка. Туристичките патувања се стремат да бидат просечно далеку подолги отколку корисните патувања и имаат пораснато во поголем процент отколку патувањата за други цели. Туризмот има корист од постојаното растење за последните 4 декади. Интернационалните туристички достигнувања имаат пораснато од 60 милиони во 1960 година до 692 милиони во 2001 година.(светска туристичка организација 2002).Оваа бројка го склучува домашниот туризам во секоја земја кој што е проценета да ја зголемува оваа



целосна бројка десеткратно (Копер 1998). Како и да е нема целосна проценка за да се посочи процентот на туристичките патувања во врска со сите преку гранични патувања на глобално ниво. Скоро сите земји се и двете генерации на пазарноит туризам и добивањето дестинации. Како и да има главен дебианс на интер регионална и интра регионална основа. Во земјите во развој туризмот надвор од границите е релативно мал иако дури и ограничените растат во надворешниот пазар може спротивно да влијае на туристичкиот биланс на надворешната трговија на север земјите како Германија со население од 80 милиони и Велика Британија со население од 58 милиони го создаваат највисокиот опсег на туристичките патувања надвор од границит е. Во ЕУ проценето е дека туристичкото патување брои 9% од сите патнички километри и просечната должина на патување по глава на жител е 1800 километри годишно (Европска агенција за животна средина 2003). Во термините на прекугранични патувања туризмот брои приближно 75% од сите интернационални патувања и 20-30% од сите домашни патувања(Арист 2000). 75% од интернационалните патувања можат да бидат поделени: 61 % долгопрестојувачки престои и 13 % кратки одмори (Европски туристички монитор 1998). Како и да е трен е за луѓео да земаат кратки одмори. На пример: во Франција проценето е дека помеѓу 1975 година и 1994 година бројот на туристичките патувања по лице се зголемиле од 3,1% на 4,8% годишно и дека просечната должина на секој одмор паднала од 18 на 13 денови. Предвидено е дека ќе има далеку повеќе кратки одмори во наредните години стимулирани од високите стапки на расположив приход, поевтни патни трошкови, повеќе слободно време и вредности на начинот на живеење кој што даваат предност на патувањето .Недостигот на распознавање на туризмот како главен произведувач на патувањето на транспортното планирање во регионот, земјата и местото на дестинацијата го остава предметот на дискусија. Како и да е има проблеми кои бараат понатамошни истражувања и на почетокот има потреба за јаснос во дефиницијата. Како почетна точка следниот оддел ја зема претходната работа на Пајц на туристичкиот транспорт која што го вклучува внатрешното искуство на патувањето во облик на транспорт. Како и да е тоа е важно да се прави разлика помеѓу транспортот за туризам и туристично транспортното искуство. Ова нуди теоретска основа која што за да се изгради звучно разбирање за туристичкото однесување за патување. Важно е исто така



да се земат во предвид импликациите за развитокот на дестинациите, линија на истражувањето на напредокот во глава 6 од Прајдоск кога тој се осврнува на клучните транспортни фактори кој што го стимулираат или сопираат раснењето на туристичките места. Турстон во глав 6 исто така го назначува субјектот но се осврнув на тешкото искуство на земјите во развој кое бара да се користат авио компании како ознака на националниот идентитет и во исто време да конкурираат на пазарот за привлекување турист (Ратурмен 1997).

Транспортот за туризмот

Ган (1994; 69) коментира дека “транспортот вообичаено не е цел – тоа е потребно зло на туристичкото патување”! Транспортот во овој контекст утилитарен и степенот на задоволување или корист е функција на време кое е претставник на цената. Тоа е толкуван како добиена побарувачка каде што начинот на патување додава мала или индиректна внатрешна вредност на туристичкото патување. Според тоа во условите на туристичката економија, патувањето традиционално е повеќе моделирано како трошок одолку како бенифиција (Прајдекс 2000). Посетителот се соочува со размени. Има избор помеѓу поминато време и трошок на ресурси потрошени на патувањето во врска со желбата да патува на дадена дестинација со цел да ужива во рекреацијата на дадената дестинација. Ова понекогаш е познато како модел на нарушена дестинација во патувањето (Клаусен и Кенеч 1966 ; Лумис и Волш 1997). Тоа има значајни импликации за дестинациите или атракциите обидувајќи се да привлечат посетители од подалечни места. Формата на патување од почетната до дестинационата зона вклучува велосипед, коњ, кола, туристички автобус, воз, поморско и возушно патување и во сите случаи е вклучено пешачењето. Од ови колата и воздушното патување доминираат во најмногу делови на светот. Но не секогаш ова е така. На Пацификот поморското патување е поважно и помеѓу главните и поголемите градови патувањето со воз и туристички автобус можат да бидат доминантна форма на туристичкото патување. Многу туристички патувања вклучуваат степен на интермодалитет. На пр; пакетот за одмор може да вклучува такси превоз до аеродромот, аеродромски терминал, лет, проследен од автобуски трансфер до хотелот на дестинацијата. Во споредба многу независни домашни одмори можат да вклучат само една фирма на транспорт како што е автомобилот. Изборот на моделниот фактор е исто така важен, не само за посетителот но



исто така и за условите на надворешниот производител на транзиторните и добиените дестинации. Во термините на интернационалните патувања воздушниот транспорт брои 43% од патувањата, додека патниот претставува 42% , железничкиот транспорт брои само 8% од целината, поморскиот транспорт само 7% (Светска Туристичка Организација 2000).

Анализата за податокот укажува дека има постепено зголемено на воздушниот над патниот транспорт. Секако има и регионални разлики. Воздушниот транспорт е поважен во Латинска Америка и Југоисточна Азија во споредба со Европа. Ова е одраз на дестинациите помеѓу создадените и добиените дестинации како и недостаток на алтернативни начини на патување. Воглавно доминира воздушниот транспорт но дава место и на патниот транспорт, железничкиот и поморскиот транспорт за патувања со средна должина (Толеј и Туртон 1995). Автомобилот обично доминира во масовниот пазар за патувањена кратки растојанија и помеѓу земјите во Европа и Северна Америка.

Транспортот како туризмот

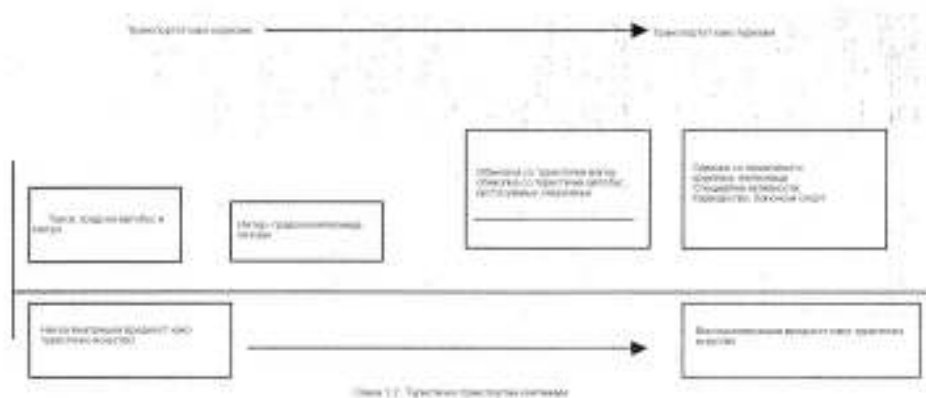
Во рамките на туристичко – транспортниот систем исто така е својствено да се разликува транспортот како начин на цели, транспортот кој е составен дел на туристичкото искуство. Дискусијата околу транспортот како потпомагач на туризмот во повеќето делови го покрива истражувањето во транспортот како туризам, перспектива која претпоставува дека транспортот може да биде повеќе интегративен дел на туристичката понуда, одколку едноставен снабдувачки пристап до искуството (Коопер 1998 ; Пејџ 1999). Поимот “туристички транспорт” објаснува како туризмот и транспортот можат да станат една целина како туристичко транспортно искуство. Во однос на претходниот елемент транспортот претставува цел на поридвожување на осетителните од едно до друго место, но правејќи го тоа исто така обезбедува атракција на свој начин, поради неговата локација, наследство, степен на интерес, оригиналност или здравствен потенцијал. Оваа форма на туристички транспорт е планирана и дизајнирана во форма на важен дел на целокупното туристичко искуство. Според тоа Ображ и Шоу, глава 7, го застапуваат чувствителното планирање на транспортот во историските градови, не само како кружен механизам на олеснатиот посетителски пристап, но исто така и да ја зголеми јавната област, да ги заштити градовите како места да се ужива во квалитетот. Степенот во кој што формата на транспортот во една рака е целосно



функционален или ја придвижува посетителската атракција но од друга страна може да биде претставен континуирано. Важно е да се препознае дека скоро сите форми на транспортот придонесуваат за целостта за туристичкото искуство. Како и да е транспортот за туризмот се стреми да биде карактеризиран од неговата цел и пазарот, функционалност, насока и брзина. Јасно, операторите за обиколка и дестинации настојуваат да направат транзиторни удобни аранжмани, но исто така имаат намера да додадат вредност на целокупниот одмор користејќи го времето за патување да наметнат добра и услуги, интерпретационо и образовно упатување на посетителите. И покрај тоа дизајнираната форма се концентрира на процесуирањето на луѓе на што е можно побрзо помеѓу создадените и добиените зони. Алтернативно туристичко транспортно искуство се стреми да биде дизајнирано или во употреба воглавно “ само за пазарот на посетителот” често е индиректно како што се бара да понуди различна перспектива или дестинација и е навистина брзо. Моделот за патни трошоци не се применува во овој контекст. Трошоците на времето и времетраењето на патувањето е примарна цел на патувањето и е главна бенефиција и поради тоа навидум не може да биде моделирано како трошок. Во овој поглед, важно е да се одредат клучните фактори и процеси, кои го формираат туристичко – транспортното искуство. Природата на туристичко – транспортното искуство е дефинирано од еден и од друг начин, од само еден модел или комбинација од транспортни модели. Тоа сеуште вклучува движење од една до друга локација, и степен на атракција или попрецизно задоволување на потребите поврзани со суштинските процеси на патувањето. Клучната особеност во транспортот за туризмот се стреми да го нуди ниска внатрешна вредност во рамките на целокупното искуство и повисока внатрешна вредност во рамките на туристичкото – транспортното искуство. Континуумот е претставен на слика 1.2 која што покажува дека некои форми на транспортот како што е такси или метрот се направени да ги придвижат луѓето со брзина помеѓу две точки, додека на другиот крај на таблицата крстосувачкиот или кружниот туризам се стреми да биде направен како туристичко искуство. Неодамнешен документ го објаснува концептот на транспортот како туризам, вклучувајќи ги оние карактеристични патувања со воз (Дан 1994 ; Халсал 2001) крстосувања (Морисон 1996 ; Аналитичар за патувања и туризам 1998) обиколка со



туристички вагон (Луј 1991). Континуумот ја поедноставува реалноста. На пр: еден писател се оснвува на еднодневна екскурзија повеќе како соодветна форма на атракција одколку транспорт (Бул 1991 : 32). Тоа ќе зависи секако од природата на патувањето употребена и еднодневната екскурзија и степенот со кој се зголемува или смалува од туристичко искуство. Ова е основен принцип на туристичко транспортниот систем, т.е дека сите или некои од транспортните компоненти имаат најмалку потенцијал да го додадат директно на вредноста на туристичкото искуство. Ова теоретично творење е во сооднос со утилитарниот транспорт, кој е исклучиво функционален и додава малку или воопшто не додава внатрешни вредности на туристичкото искуство на дадената дестинација. Какошто Рејџ заклучил:



Начинот на транспортно туристичкото извор најчесто може да формира дел на нивните патувања и искуства, карактеристиките најчесто се занемаруваат во постоечкото истражување на туризмот.

Во целост туристичкиот транспорт е генерички поим кои ги покрива сите патувања во рамките на туристичко – транспортниот систем. Како и да е има зголемено признание дека транспортот самиот по себе е атрактивен и затоа треба да бидат испланирани и одбележани различно за транспортот за туризмот. Според тоа Wood – Вуд обезбедува детална дебата на линијата за крстосување сектор како класична форма на туристичкото транспортно искуство и ги поврзува да возачките сили кои го имаат видено овој сектор



зголемен во големина на глобалната скала за време на последните две декади. Проблемот е исто така дискутиран во друг контекст од Lymy Don и Tolej. Авторите во некои случаи нацртаа проучување за да ја илустрираат важноста на возењето велосипед како начин на транспорт на дадена дестинација но исто така и во однос на туристичко – транспортното искуство. Во рамките на проширената дебата на транспортот како решавачки елемент за туризмот има бројни проблеми што максимално зафаќаат истакната позиција во транспортно – туристичкиот интерфејс кон кај што сега се свртува нашето внимание.

Ограничување на туристичкото патување

Додека глобалното зголемување на патувањето продолжува да се зголемува во обем и опсег како патување од туристите се не намалено како различни фактори, исто така го наметнуваат нивниот развој меѓу оние кој што се најпримамливи се терористичките напади како што се 11 Септември 2001 кои влијаеле на туристичките желби да патуваат дури и по првобитните рестрикции беа охрабрани да патуваат до и од USA (RIH) 2002 ; (PEJA) 2002 и слична природна катастрофа како што се епидемиите во обединетото кралство доведоа до драстични промени на туристичкото патување, како руларно патување беше наметната од ограничен пристап во многу области потпомогнати од посетители во локални градови и региони во рамките на урбаните задгубини (REJCH) 2003.

Ниско буџетна авиокомпанија: Развојот среде немаштијата за глобалните превозници

Повеќето од дебатите за ниско буџетните авиокомпаниии произлегуваат од растечките јужно-западни авио компании во Сад од 1971 год. Овие компании ги олицетворуваат карактеристиките на ниско буџетниот превозник и основаат многу од основните бизнис принципи на аеродинамичните операции кои што многу следни превозници бараат од нив да се натпреваруваат. Проучување од Рејнолдс- Фсјган (2001) ја истражува мрежната концентрација и порастот на новите ниско буџетните авиокомпаниии во Сад 1990 год. Тоа открива дека два типа на оператори можат да бидат распознати точка до точка како што се јужно-западните со релативни ниска концентрација во мрежите со просечни летови од 500 милји или помалку, и оние со високи нивоа на концентрација во мрежата со летови од 750 милји или повеќе со некој



поврзувања на сообраќај. Овие ги организираат нивните сообраќајни текови и маршрути на сличен начин до традиционалните превозници со целосна улога користејќи мали јазли или столбови. Она што ниско буџетните превозници го имат постигнато базирано на јужно-западниот модел на авиокомпаниската провизија и менаџмент е структурата на расходите далеку под својата сметка на приходи и расходи тоа значи едека таа може да работи на основа на трошоците, која што е најзастапена 25-40% подолу отколку неговите конкуренти каде што неограничените цени на превоз се ниски. Освен тоа многу од неговите летови се често кратки и така приходите по километар на лет се релативно високи со едноставна структура на транспортен трошок, виско ниво на точност и соодветно високи нивоа на задоволство на клиентите. Она на што истражувачите започнаа да се фокусираат е предизвикот на превозниците како што се јужно-западните кој го имаат првично освоено бизнисот и слободните патници.

Табела 1.1: Главни карактеристики на нискобуџетни авиокомпаниии што ги прави поконкурентни од другите превозници.

- Некои превозници имаат воведено еден / една начин цените на билетите не се бара stopovers или сабота вечер останува да се напредни купувањето (АПЕКС) цени
- Без адаптирани во борбата услуга (не важничене), кои често се намали оперативниот брег 6-7%
- Една класа кабини (во повеќето случаи)
- Без претходна доделени седишта (во повеќето случаи)
- Ticketless патување
- Висока фреквенција правци да се натпреварува со други авиокомпаниии на популарни дестинации и до три flights ден на ниска густина правци
- Кратко рокови често помалку од половина час, со повисоки авион ротации (иетхе ниво на искористеност е поголем во споредба со други авиокомпаниии) и помалку време наплаќа на аеродромот престилка и писта
- Со користење на секундарни аеродроми, каде што можно (вклучувајќи го и обезбедувањето на јавниот транспорт, каде што никој не постои)
- Точка до точка летови
- Долен кадровско екипирање на трошоците, со помалку кабина на екипажот, како не комплементарни во-лет услуга, која исто така се намалува пресврт пати поради недостатокот на средства за чистење предизвикани од храна сервис
- Флексибилност во персонал rostering, недостатокот на ноќевања за персоналот на не-база на локации и рационализација операции (на пр на некои авиокомпаниии, тоалети за домашните летови се само празнат во кабина на екипажот барања, отколку на секој пресврт за намалување на трошоци)
- Многу од авион се изнајмени, намалување на нивото на амортизација и стандардизирање на трошоците
- Многу авиокомпанија функции се аутсорсинг, како што земјата персонал, check-in, минимизирајќи општи трошоци намалување на надземни трошоци од



11-15%

- Стандардизиран авион видови (ieBoeing 737s) да се намалат трошоците за одржување и опсегот на резервни делови на кои треба да се одржи за поправки
- Ограничен простор на аеродромите
- Тешки акцент на рекламирањето, особено билборди да се надомести намалувањето на употребата на туристички агенции како главен извор на резервации
- Тешки зависноста од интернет и телефон за резервации
- Мали административниот персонал, со многу поврзани со продажбата на персоналот на Комисијата за подобрување на перформансите (како и пилоти во Симе sases)

Ова беше карактеристика проучена од МЕСОН (2000) импликациите на маркетингот за ситуацијата на ниско буџетните и авиокомпаниите со целосна услуга Месон(2001). Истражување од Вилиј АМС(2001)-Како и да ја отфрла можноста за падот на чартер летовите во Европа поради конкуренцијата со ниско буџетните превозници со основани чартер превозници што припаѓаат и се управувани од вертикално интегрирани тур оператори. Чартер авиокомпаниите задржуваат пониски оперативни трошоци отколку ниско буџетните превозници каде што тие се фокусираат на основната дејност- пакет одмори и дел од продажбата за самоседиште. Покрај тоа со некои ниско буџетните авиокомпани кај што не профитира поделбата на пазарот најверојатно ќе ги задржи својот преоритет на трошоци. Токму поради овие промени во ниско буџетните летови се преведи во ниско буџетна револуција што сеа делува врз Велика Британија и Европа, додека други примери кои постојат во Австралија и Азија го следат овој модел. Развојот на ниско буџетната авио компаниска револуција во Сад значи дека до 15 % од целиот домашен воздушен сообраќај е на ниско буџетни превозници. Во Европа овој број е многу помал до 3%. Исто така таа расте рапидно особено во Велика Британија. Поради тоа таа е често истражувана во глобалниот авијациски пазар карактеризиран со ограничувања на развојот поради високите влезни бариери, монополи и глобални интереси претставена преку алијанси. И покрај успехот на ниско буџетните превозници има повеќе основни ограничувања на патувањата кој имаат влијание врз транспортната провизија и способноста на туристичкиот сектор да работи во средина независна од ризик и кризи. Некои од овие проблеми сега се адресирани откако тие дадоа корисен контекст на книгата.



Интердисциплинарни предизвици на истражувањето на туризмот и транспортот за нивна???

Патувањето по својата природа води кон промена во нормална средина во која што луѓето живеат и преселба во една непозната животна средина претставува свој ризик и предизвик во смисла управување со здравјето, безбедноста и импликациите за туристичко транспортните системи. Интердисциплинарната природа на транспортното и туристичкото истражување значи дека таму секогаш има проширен дел на знаење се поделува како нови области на испитување на развитокот преку синергија со други дисциплини. Интерсно е дека во рамките на појавените области во појавувањето на патувачко-медицинската литература од прочувањето на воздушниот сообраќај забележале дека 60% од патниците се раздразливи или нервозни околу летовите и покрај глобалниот прес на побарувачката за вооздушен сообраќај. Проблемите за здравјето на кој што наидуваат патниците на туристичко транспортниот систем презема значаен профил за транспортните оператори со загриженост во врска со намалување на стресот од патување, преку подобар дизајн и олеснување на пристапот до терминалите. Она што не е широко дебатирano надвор од туристичко-медицинската литература се последиците на таквите прашања за туристичките патувања. Патниците можат да бидат предмет на низа болки предизвикани од патувањата на различни форми на транспорт како што е болест од движење, иако истражувањата сеуште нејасно ги прецизираат причините на овој проблем. Веројатно најпознатото издание за последните години каде што авио компаниите морале да го адресираат преку правна постапка е признавањето на блапски вени (трампоза) особено по долгите летови, истражувањата во оваа област остануваат во рана фаза и тоа ќе биде неколку години пред ова да биде способно да влијае врз ергономичен дизајн и кондиции?? кој што авиопатниците треба да ги издржат за време на долгите летови. Тековната загриженост со (ДВТ) со ? навлегува во безначајнот давајќи ја моменталната загженост поврзана со инфекциите на патниците кој што се близу до другите патници и ризикот да се прошири инфекцијата како што е сарс. Тежок акутен респираторен синдром за прв пат се појави Кина и Хонг Конг во ноември 2002 и вирус кој произведува симптом на грип кој може да биде фатален. Дистрибуцијата на вирусот од страна на голем број превозници значи дека тој подоцна бил пренесен на други патници потоа

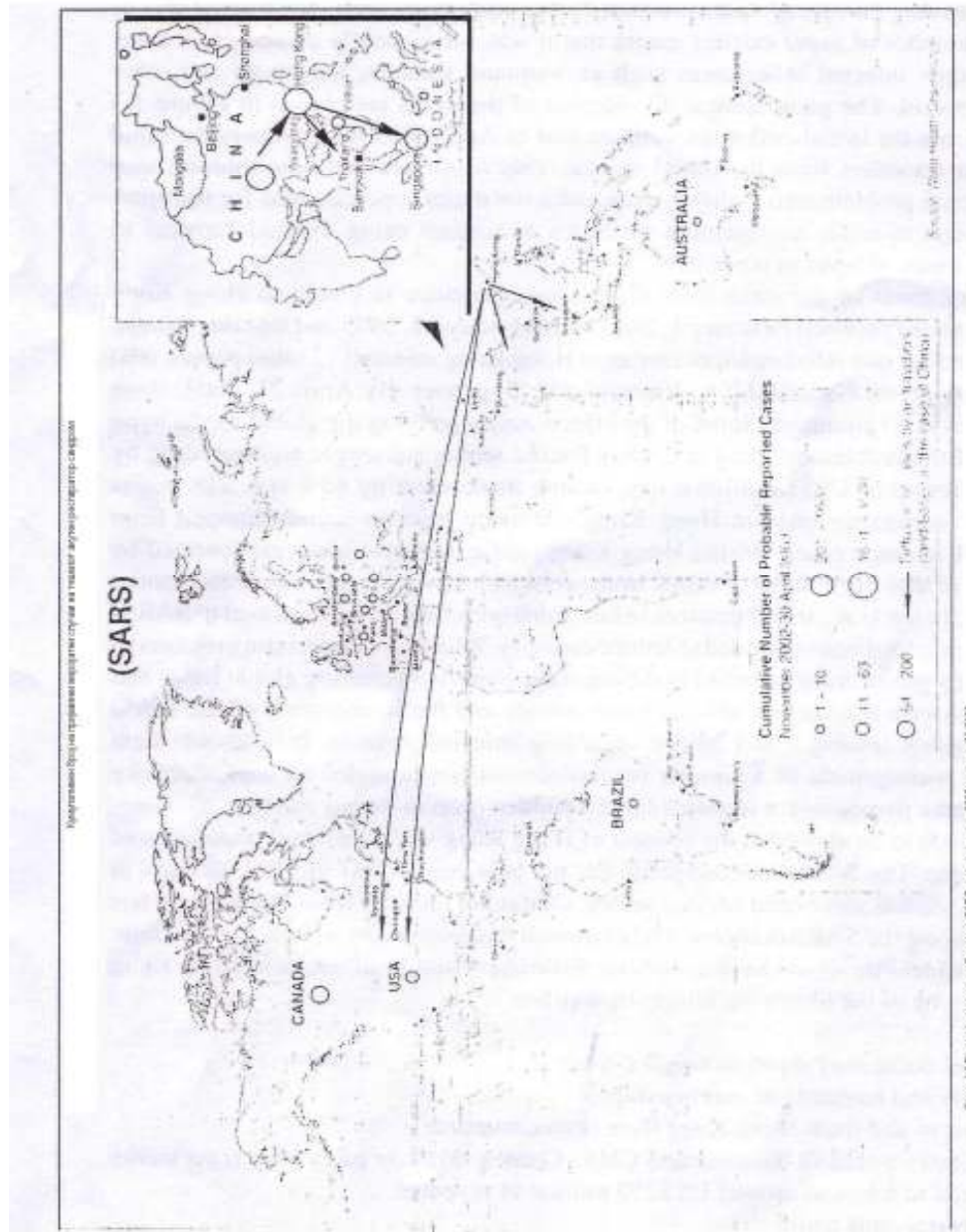


инфицирала други области како што се Виетнам, Канада, Сингапур и други региони во светот. Географското ширење на случаите се прикажани на слика 1.3 за периодот : од почетната епидемија до крајот на Април 2003 година кој покажува брза дирузија меѓу потенциите од почетниот извор. Ова илустрира само како патници можат да го предвидат регионалниот проблем во глобален проблем и имаат големи реперкциски за транспорт операторите преку управувањето со кризи мерките на аеродромите користат германски камери за да детерминираат можен случај на грешка меѓу патниците. Ширењето на случаите на вирус од Гхнадонс во Кина до Хонг Конг. Се појавува меѓу 1 ред во 2003 и 29 ред во 2003 тогаш почна да се шири низ светот после 1 инфициран патник во Хонг Конг беа инфицирани 12 други луѓе кои тогаш патуваа со авион до Канада, САД, Виетнам и Сингапур. До 21 Април 2003 имаше 3000 случаеви во 27 земји. Некои од ефектите беа придружувани од глобалната медиумна возбуда и публицитет на проблемот резултирана во Катхај Пацификсо опаѓање на бројот на патниците на две третини и губење на 3 000 000 \$ дневно намалувајќи ги услугите на 45% т.е. 218 летови наделно. Хотелската стапка во Хонг Конг управувана од Стелч Коуч. Масовно опаѓање има исто така во употребата која донесе значителни финансиски услуги. Во Велика Британија осигурувањето на крајот од Април се полече од покритието за патување во TARS- заразените области додека авио компаниите продолжија во нормален капацитет. Она што е интересно да се набљудува е одговорот на владините агенции во различни држави да се ограничи глобалното патување и туризмот преку виза реструкции патничките совети и интервенцијата на светската здравствена организација, кои издаваа патни совети во врска со заразените региони. Исто така забележано е дека сиромашните агенции во управување со кризи во голем број на дестинации се комбинирани со медицинската активност да создадат прашања, тешки одговори и ненадеен пат на туристичкото патување. Сеуште TARS треба да се гледа во контекстот на Хонг Конг со 6 800 000 луѓе. Произведената паника на TARS ги има ставено меѓу 50 и 100 илјади работни места на ризик во туризмот. Излезниот туризам од Хонг Конг има опаѓање до 80% за време на појавата на TARS, додека домашниот туризам беше опаднат со сличен размер особено откако бизнис патувањата беа откажани, процентите од страна на надлежните медиуми во Хонг Конг објавија



некои од следниве ефекти во туризмот: опаѓање на живеењето ан хотелите на едноцифрена бројка.

- Хотели за предавање и прогноза за приемни бродови
- 40% од летовите до Хонг Конг беа откажани
- Загубата на Велигденски викенд бизниси и кинеската златна недела во почетокот на Мај ќе доведат до загуба од околу 250 милијони долари за приходите
- До 5000 ресторанти би можеле да бидат затворени
- 300 патнички агенции би можеле да бидат принудени да затворот
- Економскиот растеж во Хонг Конг може да биде 0,5% во споредба со предвидувањата на 0,3%



Страница 13. Текст подчёркнуто неактуален из-за отсутствия в СЭПД информации о результатах проведения мероприятий по обеспечению безопасности на объектах, находящихся в собственности, ведении и пользовании. Проверено 20.08.2003



туризам има потенцијал да закрепне брзо.

Во прилог на болести предизвикани од патувањето на квалитетот на условите во кои луѓето патуваат на одборот на некои форми на туристичка транспорт, посебно за квалитетот на воздухот, е голема причина за загриженост, Синеш многу авиокомпаниии само обезбедија повторно циркулираат воздухот за патниците и свеж воздух на cockpit. Како страната (2002) посматрано, на главните области на загриженост се:

- Pressurization, бидејќи кабина притисок е низок, а можат да влијаат врз оние со тешкотии во дишењето;

- Вентилатор, каде кабини имаат ниски стапки на вентилација и се идеални средини за пренос на болеста патогени. До 1980-тите, кабини беа вентилација надвор од воздух, но во 1990-тите години практика на мешање на свежа и рециклиран воздух во 50:50 дел кој додаде во чувството на замор и џет-заостануваат, беа повлечени. Повторното воведување на проток на воздух млазници на постарите авиони се ре-евалуира за пошироката реинтродукција да се одговори на загриженоста;

- Озонот загадување на авиони;

- Употребата на пестициди да се дезинфицира авиони;

Овие здравствени прашања поврзани со, исто така, нагласи растечката загриженост помеѓу потрошувачите во врска со безбедноста и квалитетот на управување со прашања.

Квалитетот на услугите и безбедноста

На CAPC појавата ја нагласи загриженоста, патниците имаат за нивната благосостојба whwn во транзит на различни форми на транспорт, кој ја нагласува повеќе општ тренд во транспортниот сектор за безбедност како клучен фактор во рамките на целокупната желба за подобрување на услугата qualit. Во ЕУ, на пример, за последните промени на политиката со Белата книга за транспорт потенцира потребата да се јават на пад во јавниот транспорт и да се направат такви патување опции попривлечно. Ова има важни последици за



туристичкиот сектор, особено во површина транспортниот сектор, каде ЕУ е приоритет големи подобрувања во квалитетот и во двете железнички и автобуски / тренер на патувања (Страница 2003b, в). Да го запрат падот на железнички и автобуски употреба, внатрешен истражувања на ЕУ - на Quattro студија-examinined јавниот превоз Квалитет Матрикс (Европска комисија, 2000), за да се објасни кои фактори влијаат врз патнички перцепција на квалитет. Ова е прикажано во Табела 1.2 и нагласува широк спектар на прашања кои транспорт, операторите и јавниот сектор спонзори на транспортните системи треба да го зграбиме во решавањето на ерозија ол јавен превоз употреба главно се должи на влијанието на автомобилот. Во туризмот термини оваа матрица има уште поголемо значење, каде што посетителите ги користат јавните транспортни услуги, бидејќи претставува слика на дестинација и нејзината способност да ги задоволи потребите од витално значење за мобилност да патуваат во и помеѓу атракции во урбаните и руралните области.

Во смисла на безбедноста и создавање на повеќе амбиент на животната средина за патување. ЕУ проучување Водич - Урбан Interchanges - добра практика Guide (2000) илустрирани колку е важна



Табела 1.2: за јавен превоз квалитет на матрица

Квалитет

1. Достапност
 - 1.1. Мрежа
 - 1.2. Распоред
2. Пристапност
 - 2.1. Надворешен интерфејс
 - 2.2. Внатрешниот интерфејс
 - 2.3. Билети
3. Информации
 - 3.1. Општи информации
 - 3.2. Информации за патувањето-нормални услови
 - 3.3. Информации за патувањето-абнормални услови
4. Време
 - 4.1. Патување време
 - 4.2. Точност и сигурност
5. Служби за корисници
 - 5.1. Признавање
 - 5.2. Запознавање со интерфејс
 - 5.3. Стаф
 - 5.4. Физичка помош
 - 5.5. Билетски опции
6. Удобност
 - 6.1. Амбиентални услови
 - 6.2. Капацитети



6.3.Ергономија

6.4.Права удобност

7. Безбедност

7.1.Безбедност од криминал

7.2.Безбедност на несреќа

7.3.Перцепција на безбедноста

8. Животната средина

8.1.Загадување

8.2.Природни ресурси

8.3.Инфраструктура

Извор: Заедничка работа Quattro

добра размена на објекти се за патници за да се постигне безшевно патување каде што патуваат правци конвергираат. На размена треба да понуди пристап, така и трансфер функција и да бара повеќе стратешки јавен превоз мрежата планира да биде балансирана со клиент-фокусирани-на стратегија и да тргнат сите јавен превоз опции. Една од најголемите иновации тука е развој на реално време информатички системи, така што патниците имаат пристап до информации за патувањето. Во Уконе забележани развој е воведувањето на проектите Traveline (види Лајонс & Харман 2002) за обединување на повеќе извори на информации за патувањето. Многу од Европската автобуски оператори и железнички оператори (видете на страница 2003с) герог патници и персонал за безбедност како главни предизвици за привлекување на бизнисот, со многу прибегување кон CCTV, безбедност на персоналот и поголема полициско присуство во урбаните области, кои се најмногу склони кон напади на персоналот и патници. Подемот во воздухот бес инциденти пријавени од страна на за цивилна воздушна пловидба во Велика Британија се состои од непушачите однесување од страна на патниците, го видел постепено зголемување во последниве години Иако не е голем проблем, тоа е симптоматичен, на некои од оперативните прашања со кои се соочува сега



транспортните оператори вршење услуги. На пример 1,055 инциденти беа пријавени во Велика Британија во годината завршно со март 31,2002: насилиството се случи во 10% од случаите, со алкохол вклучени во уште 45% од случаите и пушењето главно во тоалети. Но за цивилната воздушна пловидба дека мнозинството од ваквите прекршоци се извршени од страна на машките и во 77% случаи, главно на возраст од 20-40 години, со само 5% од случаите се случуваат во првата или бизнис класа. Проблеми со кои се соочуваат авиокомпанија се непущачите патници, со употреба вербална злоупотреба и се правеле сериозни прекршоци кој се уште се ретки.

Маркетинг на Површински транспорт

Кај транспорт, операторите се забележува нов бран на интерес во маркетингот да се развие позитивна слика на јавниот транспорт, околу посилен бренд идентитети за земните превоз за туристи. Во 2003 година, Националниот Експрес компанија во Велика Британија се ребрендира сите свои операции во рамките на ново лого и идентитет. Оваа заменува познат икона на изразуваат тренер патуваат од раните 1980-ти и Националниот Експрес национализиран автобус лого. Ова се смета како критична, како начин да се преведе корпоративните вредности во патнички раст иако на пример, нудат патниците можност за поддршка на садењето на дрвјата да биланс на CO2 гасовите од нивниот тренер флота. Во овој случај е евидентно дека компанијата се обидува да комуницира со бренд преку именувањето, дизајн, реклами и промоции додека унифицирање на различни видови на производи под еден банер. Во склопот на транспортниот сектор, извршување на конкурентното туристичко трошењето сега е гледањето рекламирање и пошироката филозофија на маркетинг применува рутински до корпоративната бизнис стратегија. Се чини да се биде постепена реализација од страна на многу транспортните оператори, особено поголемите транснационални групи, како што се Arriva или дилижанс тие се движат од традиционалните оперативи се фокусираат на маркетингот повеќе ориентирани кон стратегијата за одржување на постоечките бази на клиентите и да развиваат нови пазари.

Иднината на туристичкиот превоз

Очигледно е новиот милениум доведе до реализација, и тоа на туристичкиот оперативни пристапи кон обезбедување на туристичкиот превоз се тие морале да се прилагодат на потрошувачите вкусови.



Еден од најпознатите продорни случувања за транспорт бизниси кои имаат интереси во вертикална со турнеја операцијата (за, авиокомпаниии) и хоризонтална интеграција со купување на конкуренција (за, купување Ryanair на Buzz и купување Easyjet на GO). Во исто време, на традиционалниот секторите за транспорт на железничкиот и автобус / тренер . Досега не е интегрирана, со работа дилижанс на автобус / тренер операции во Канада, САД (тренер САД), Австралија, Нов Нов Зеланд, Кина, Хонг Конг и UKLarfe транспорт групи како што се дилижанс признаваат дека инвестицијата е од клучно значење за привлекување дополнителни патнички раст по години занемарување на јавниот транспорт арена, каде што операторот маргините се намалува со нерегулиран конкуренција и неспособност да се обезбеди државата на уметноста возила, удобност на патниците, како и високо квалитетни туристичка понуда. Голем предизвик во воздухопловен сектор претставува влијанието на дерегулативата во многу пазари претходно заштитени од страна на државните пропис, и слични политички одлуки биле применети во аеродромот во сектор каде државата влади се приватизирани операција да се привлечат многу потребните инвестиции за проширување и развој (Hooper 2002). Ом Zhang (2001) укажуваат на интеракцијата и нивната важност во центар и зборуваат. За центар е избран евидентно е дека на авиокомпанијата прави значителни инвестиции во место на глобално ниво, истражувања се обидоа да ја заврши да стане меѓународна хабови како и во случајот на Југоисточна Азија (страница 2001) . Исто така овој ја донесе за големи промени во развојот филмот кон терминали исто така станува центри. Тоа е дополнето со поголем сознание дека авиокомпаниии треба да partnership мислат на концептот на стратегиски алијанси, иако нивото на илволвираност и мотивација за алијанса учество е Комплексно. Видовите на алијансата спектар значително од тактички ниво како и кодот акции на избраните правци . мисла да вкусот на правци кои регистрираат повеќе вградени пристап кон колабрирањето. За многу глобални авиокомпаниии притисоците на оперативниот остне сеприсутен предизвик со приходите по патник испуштајќи како седиште на цените паѓаат (Dogains 2001). Бригс во , тврди дека иднината на авиокомпанијата се развива, ќе функција не само на зголемување на соработката на регионалните компании туку и на глобалните сојузи, но да биде воден повеќе BU технички и оперативни императиви, во текот на следната



деценија.

Doganis (2001) наведени голем број на клучни предизвици за секторот во новиот милениум, како повеќето капитализирани, и веројатно на транспорт под услов ранливи на економски промени со зависност на патувањата за ност со исклучок на ниска цена и чартер маркер. Doganis (2001) се конкуренција се надевам сојузи и нивните центри како што е промена и неизвесност остануваат две знакови за новиот милениум во воздушниот транспортен сектор. Предизвикот на адаптирање на континуирана промена значи дека airlines треба да оцени кои пазари тие сакаат да работат и идентификација на соодветни стратегии да се постигнат овие корпорации. Клучните притисоци ќе останат во смисла на намалување на трошоците на потребата од подобри приноси, зголемена работа на маркетинг и постојано ревидираат на целите на основна дејност на авиокомпаниите е друг голем предизвик е начинот на кој снабдувачите на транспорт имаат потенцијал да се развие синергии помеѓу патување, телекомуникациите и информатичката технологија (Golob 2001). Напредокот во интернет, мобилен телефон и лични дигитални помош биле прифатени во Туризам и транспорт одредба, но повеќе брзиот технолошки промени, најверојатно, ќе промени да донесат голема корист. Исто така вклучува и сателитска навигација и позиционирање системи кои носат многу комерцијални придобивки за бизнисите на пример, во смисла на следење на напредокот на возила. Технолошки е добро развиена во Северна Америка и ќе биде во Европа ЕУ-спонзорирана проект Галилео.

Доаѓањето на интернет се промени природата во која транспорт добавувачи ги нудат своите сервиси на другите бизниси, но, исто така, односот со потрошувачите кои имаат пристап до многу повеќе информации отколку досега порано. На пазарот за лична и апарати за домаќинство интернет апарати проширува во сите земји овој најверојатно ќе има траен ефект врз моделите на транспорт. На пример купување од дома се предвидува да стане поважно и патувањето ќе се промени дури и повеќе за да ги исполни оваа промена. Користењето на ИТ за да се подобри однапред и реално време информациите за патувањето ќе го отстрани некои од несигурност за патување и рачни предмети како што се мобилен телефон ќе им овозможи на посетителите да пристапите тековни информации за локалните јавен превоз или метеж по летувалишта. Смарт картичка технологија на дестинации, исто така, ќе им



помогне да си дозволат пристап до објекти, вклучувајќи јавен превоз и паркинг места. Додека малку е веројатно дека зголемениот пристап до телекомуникациски ќе доведе до намалување на патување таа ќе ја менува обрасци на Насоки (Лајонс во 2002) на Одржлив развој. Прашањето за одржлив развој (задоволување на потребите на сегашноста, но не на сметка на идните генерации) и сегашните негативни придонесот на транспорт е предмет на обемна дискусија во последниве години (Хајаши во 1999). Има е детална евалуација на веројатните ефекти на зголемување на tourism поврзани со превоз на потрошувачката на енергија, загадувањето и други влијанија на раст на воздушниот транспорт и моторизирани возило (Адамс 1997 година; Барнс Холден 1995 година; Гилинг ватер 2003 година; Греане 1997 година; Јанич 1999). Голем број на студии, исто така, се фокусираше на поврзани со социо-економските бариери за одржлив развој и прашањата на еднаквост во процесот (Црн 2000 година; САЛА 1999). Разликата станува mге потресна во ниски приходи земји каде subsistence-базирани заедници живеат во непосредна близина и туристи брзина, со во четири тркала дискови на новоизградени патишта (Портер 2002). Halltakes оваа disucssion напред во Глава 3, кога тој прашања степенот до кој сегашниот транспортни системи испорача туризам во правична manner. The клучна улога на автомобилот во однос на промена на урбана структура е предмет на критичка анализа во транспортот analysis. The феноменален раст на автомобил сопственост во претходните децении во инвеститорот земји е добро документирани (Nijkamp et al. 1990). Акцентот не е изненадувачки: општество беше сведок на десетократно глобалната increase од 53 милиони возила регистрирани во 1950-5000000000 снимен во 1992 година и со континуиран пораст на 3.000.000 автомобили годишно во Европа per години се пријавени (Препрати 2000). Предностите на личните погодности кои на автомобилот нуди е наместено против негативни. 18 ефекти, како што се прашањата поврзани со безбедноста, congestions и загадувањето (Сарте 1997 година; Вилкс во 1999). Понатаму, прашањето на глобалното warning на consumotion на finite енергетски ресурси и глобализацијата се вози сили, кои се најверојатно да ја креира иднината на транспортните системи, и Оттука туристичкиот превоз (Њуман Kenworhy 1999 година; Толи 2003 година; Топ 2002).



Прашањето на употребата на земјиштето планирање и површински превоз за туризам е уште една област каде што пребарувањето е дозволено. Во реалност односот помеѓу транспорт и туризам не се стреми да се интегрира во целокупната политика на процесот за одржлив развој и оттаму не е анализирана во секој детал (Giannakodakis 1994 година; Guun 1994 година; Јагнето Дејвидсон 1996). Постои признавање на односот помеѓу туризмот и транспорт во планирањето documentation, но во поголемиот дел на implemetation на политика е дадена од страна на различни организации и постои варијанса between професионални вредности, методи и приоди. (Goodwin et vo 1995), Оваа нерамнотежа резултираше во негативни трампа за други режими од car.which сочинуваат севкупниот транспортен систем (Hallsworth Whitelegg 1997 година; Whitelegg 1993) Има има во последниве години сепак Бен еден обновениот интерес во Туристички атракции кои имаат формална патување планови со кои се поттикнува модален трансфер од автомобил до поодржлив начин на travel.This сигнализира промена во начинот на кој tourism сектор е respondig за транспорт (англиски туристичка Council 2001). Сепак неколку академски студии имаат оценува развојот на tourism транспорти системи, partuculaty оние дизајниран за да обезбеди одржлив транспорт и на tourism eperience (Lumsdon 2000) Што е сигурно во поширок контекст на tourist транспорт е континуираниот раст на carbased рекреација и туризам на сметка на другите начини, иако релативно малку истражување е насочено кон површина (Хојер 2000). Проблемите е посебно притискање во земји со висок автомобил сопственост и енергија consumption нивоа како што се одгледувам САД и на Европската унија (види табела 1.3). Автомобилот го видел unprecadented раст од 1960s.for пример на многу дестинација, кои се многу чувствителни на животната средина области such како алпски области на Централна Europe.For пример во 1991.103 milion посети беа направени на националните паркови во Велика Британија (село Комисијата 1992 година; Cullinane 1997) од најпопуларните се на езерото област и Peak Distriet Паркови односно над 90% од посетителите пристигнуваат од car.In однос на автомобил користење автомобил сообраќајот беше estimated да расте со 267% од годината 2025 од нивоа струја во 1992.The greatest pressures на зголемувањето на автомобил користење имаат coineided со пад на



јавниот транспорт користење за туристички и рекреација trips. Yet многу Национални паркови се чини дека веројатно нема да биде во состојба да се справат со нивоа на користење предвиде до year 2025. given нивните урбанистички catchments и преглед на отсуство на ефективни политики за да се исполнат на практични проблеми со кои се соочува на застојот на многу сајтови, во селата во Британија карактеристика дополнително истражени во нивните analysis на стратегии designet да се намали автомобил зависност во одморалиште ареал (холдинг 2001).

Еден интересен објаснување на широк прием на автомобил, кој се чини дека во собата да continue да расте, настрана од својот flexibility е нејзиниот ability да биде попривлечен од public превоз (Коен Харис 1998) Во дестинации со огромен области за да се истражуваат, автомобилот и патот за патување е гледа како начин на истражување области повеќе флексибилно и во воспоставувањето поединечни itineraries (Taplin McGinley 2000; Taplin Мин 1997). Постои, исто така, некои докази да покажам дека посетителите ќе плаќаат патарина патот да се добие пристап (Штајнер Bristow 2000) Во повеќето случаи attitudes на посетителите на public транспорт опции, especially во националните паркови илустрираат continued проблеми на побарувачката на управување и на обезбедување inducements да Switch да привлечни



Табела 1.3. Перформанси на ЕУ во превоз на возила од страна на градот 1970-2000
(1.000 милиони патнички километри)

Година	Начин на превозот					Вкупно
	Патнички автомобил	Автобус	Тренинг и метро	Моточика	Велосипед	
1970	1,582	269	39	219	33	2,142
1980	2,295	348	41	248	74	3,006
1990	3,199	369	48	268	157	4,041
1991	3,257	378	48	276	166	4,126
1995	3,506	382	47	274	202	4,410
1996	3,558	391	48	282	209	4,488
1997	3,622	393	49	285	222	4,571
1998	3,702	402	50	287	241	4,682
1999	3,788	406	51	295	260	4,801
2000	3,789	413	52	303	281	4,839
% Промена 1991-2000	+16%	+9%	+10%	+10%	+70%	+17%

Извор: Европска комисија, Генерален директорат за енергија и транспорт, европски реален индекси на транспортни трошоци 2002

Форми на јавен превоз. Во некои области, како што се Јоркшир Маврите во Велика Британија. Ова исто така може да биде интегриран во плановите за зголемување на поголемо ниво на социјално вклучување, со тоа што сценски области повеќе достапни за не-автомобил корисници на локалното население. Сепак, без оглед на иднината на колата останува. Во однос на туризмот на рекреативни патување, де-маркетинг на автомобилот (Рајт & Egan 2000) мора да биде соодветен простор за идни истражувања. За многу туристички дестинации, управување на автомобилот, неговите влијанието врз животната средина и флексибилност остане знамение сили за поединечни локалитети во време кога автомобилот е широко се гледа како начин на живот подобрување фактор (Goodwin И. \$ 97; Minlel 2003). Овен & Lumsdon, (Chapter. 12) преглед на проблемите со кои се соочува туризмот планери, обид да се воведат шеми за да се подобри. Одржливи современи и на патните на трошок-на да-тие дискутираат на механизми за консултација и како да бидат проблематични во борба на отпор од трговци на дестинација. Во една друга студија, (Shadesl во. 2001 го набљудуваа, начинот на кој автомобил-based



туристи се приспособат-и нивното однесување во одговор на метеж, а на други начини на транспорт.

Conversely the автобус и coach sector има Tared лошо во relation to на автомобил и се обидува да ја оживее својата среќата во ди-FLЕ-рент-земји-се-промовирани од страна на јавниот сектор. Ова дејство не е само за животната средина и одржливоста причини, но, исто така, да се намалат трошоците на застојот на патот и зградата за да не се приспособат само патници, но, исто така, рекреација и туризам патувања како искусни во многу повторно се појавуваат град дестинации. Двете патот-базирани на јавниот превоз и железничките-базирани опции се видел од страна на многу "потрошувачите, како застарен и старомоден форми на транспорт од едно друго време (т.е. од 1960 и 1970): Сепак, иронично во многу дестинации, употребата на превоз до види атракции и знаменитости во одредиштето се докажува многу популарен.

Повеќе софистицирани анализи на туристи и за транспорт и основните параметри за патување низ вар ќе помогне за транспорт провајдери 10 признае природата на патниците над и преку едноставна маркетинг класификации Што е очигледна од сегашните пазарни разузнавачки студии како што се оние објавени \ x \ \ Патување и Туризам аналитичар е дека на пазарот има се повеќе високо развиени до! степенот до кој одредени правци станаа заситен со крстосувачки бродови (види Милер & GRA / IER 2002). Покрај тоа, консолидација во индустријата го следи (rends во пошироката транспортниот сектор во поглед на контрола и инвестиција во нов погон. Вуд истражува природата на крстарење сектор и неговите значителен раст: тој нуди неколку увид во ХЕИ сегментација на пазарот на крстарење во Глава 10. Конечно, важноста на не-моторизиран превоз е тотално недооценено во дискусијата на посетители на дестинации. Додека ова не е светот на големите проекти е во реалноста најчесто форма на транспорт на располагање на посетителите и нивното управување на одење патувања често е клучна овде на малопродажниот сектор во туристички дестинации ајидјlarge-скала атракции. Исто така е важно за кратките патувања во многу земји. Додека дестинации продолжи да гради патишта и паркинг во центарот на зони, одот и циклус иј ^ а ќе се намалат, освен за мали енклава "област резервирана за трговијата на мало. Сепак, постои Интерес за развивање на не-моторизиран транспорт не



прописно да се олесни нахлувам јон и намалување на енергетската един τ sumption но исто така и за унапредување на 'дестинација како искуство Туризам: повторно ХЕИ сектор и елементи се достојни на детални истражувања.

Значи она што на иднината за туристички превоз Обезбедување? На туристичкиот сектор е далеку од М е постојано "се развива како новите трендови, 'економски услови,' посетител Преферирам е подпора Т развој овде се создаде една работа тајландски е сигурно: ништо не можам во> и можете да бидете сигурни - промени" е " ; големо (Страница 2003а). Исто така, постојат големи промени прогноза во рок е на употреба на енергија и за транспорт на. Овие ќе, заедно со брза 'развојот на телекомуникацискиот τ општо, значителни за природата на снабдување (Hanson 1998): За транспортниот сектор е особено тешка со оглед на масивни (инвестиции во капитал интензивно одгледување и опрема што не може лесно да се отстранува или се промени ако [rends и вкусовите промени одеднаш или брзо. Затоа, два витални елементи за trhnspbrljseeldr зависи од туризмот маркери се: ■) "1 (А) треба-за иновации, маркетинг и снабдување со раководството на па-тајландски побарувачка може да биде поефикасно успеа (i.fc. на потрошувачот станува централен во процесот). Ова бара подобро комуникација 'со' на потрошувачот, 'поголемо разбирање на нивните потреби, сака и вкус и како тие можат да бидат исполнети преку изедначување на одредба за најдобро одговара на нивните барања.

(Б) Внимателно да се обрати на "принципите на одржлив развој, преку поттикнување на енергија за намалување, и минимизирање на externalities како што е предвидено во Агенда 21 (од патувањата низ светот и Tourism'Council ел дл \ 1995);" Li "V" i "■, Напредок во Превоз унд Туризам истражување, 23 Многу од поглавја во рамките на оваа книга придонесе за оваа потреба за поголема рефлексивноста иј туризам и транспорт истражувања за да видите синергии помеѓу овие два сектори; на туризмот и транспортниот сектор имаат заеднички интереси во исполнувањето на клиент побарувачка. Признавајќи менување на трендови и вкусови е критична, но тоа е повеќе холистички пристап кон inter-relatijoniships меѓу двата сектори. На поглавја во оваа книга сакаат да ја истражуваат некои од овие прашања, додека други нудат анализи



фокусирани на темите кои сега играат клучна улога во туристичкиот транспорт интерфејс. Секоја таква книга нужно ќе биде селективен во спектар на придонеси тоа обезбедува, но ние се надеваме дека тие ќе бараат да им помогнам на агенда за истражување напред, прави поексплицитни на туристички превоз интерфејс и потребата за повеќе провокативни и синергетски студии.

Референции

Адам .j.(1997) дали технологијата може да не спаси? Светската полица за транспорт и вежби.2.3.4-17

Артист (2000). Агенди за истражување на туризам од интеграција на статистични стратегии. Европска комисија

Банистер .Д., Стен.П. , Акерман.К. , Дреборг.П. , Ницкам. П. Тапесер.Р.(2000) Европска транспортна полица и одржување мобилност Лондон : Спон.

Бкак, Б.Р (2000) социоекономски бариери зза транспорт. Новинарство од транспортна географија, 8,141-147.

Булл, А. (1991) економија на патување и туризам (п.32). Мелбурн : Лабман.

Бурнс, П ; и Холден, А. (1995). Туризмот како нова перспектива (ПП. 158-160).

Љу Џерси : Прентис – Хал.

Калдер , Ј. (2002). Вистината позади нискиот револуционерен дел во небото. Лондон : Веџин.

Кампо , Џ. (2001). Лекции од реформи во Бразил и Мексико. Транспортна полица . 8,85 – 95.

Чанк , Ј. – Џ., и Вилјамс , Г. (2002). европските авио компании, стратешки реакции до третата пратка. Туристичка полица, 9,129-142.

Чев, Ј. (1987). Транспорт и туризам во 2000-та година. Туристички менаџмент (2). 83-85.

Чилд, Д. (2000). ТТИ Туристичка награда : хитната авиокомпанија во Европа : пример на успешна маркетинг стратегија. Анализи на патување и туризам. 87-121.

Клавсон, М., и Кнетч. Џ. (1966). Економии на надворешна рекреација.

Балтимор: Џон Хопкинс . Универзитетски прес.

Чен, А., и Харис, Г. (1998). Направен избор на ВФР патувања. Весник на биографски патувања, 6 (1), 43-51.

Копер, Џ ., Фаечер, Џ., Гилберд, Д ., и Ванхил, С, (1998). Туристички принципи и вежби?

Општинска комисија (1992). Размени во транспортот и општината.

Челтенхам : Општинска комисија.

Кулинеин, С. (1997). Трафички менаџмент во Британскиот национален парк. Транспортни откривања. 17(3). 267-279.

Дом. Г.М.С. (1994). Патување со воз : носталгиско одржување на патеката во А.В. Сиентон (ЕД) туризам.

-држава на уметноста (пп.775-783). Чичестер : Вилеј.

Деганис, Р. (2001). Авио бизнис во 21 век. Лондон. Роутлеџ.

Дони, М . (2001). Долг и широк потенционален поим на ниските авиокомпаниии. Патување и туризам (анализи, 4,1 – 15).



Даунвард, П.М., и Ламсдон, Л. (1999). Одбирање на тренерско екскурзианското патување. Квалитативни маркетински анализи. Службен индустриски весник, 19 (4). 158-168.

Етон, Б., и Холдинг, Д. (1996). Валутата на јавните транспортни опции на колата во Британскиот национален парк. Весник на транспортна географија. 4 (1).55-65.

Англиски Туризам Советот (2001) Туризам и транспорт, издавање и

решенија. Лондон англиски Туризам Советанглиски Туризам Совет

Европската комисија (2000) Квалитет во превоз (Quattro) студија (Брисел)

Европската комисија

Европската агенција за животна средина (2003) Туризам патуваат со видови

превоз (2001) <http://themes.eea.eu.int>. Сектори и активности.

Туризам. индикатори / модели / индекс html Accesed мај 3,2003.

Европската Патување Монитор (1988) Европските патни монитор, Луксембург

Европската заедница

Европската унија студија водич (200). Урбан interchanges-Agoood пракса

водич. Брисел Европската комисија

Еуростат (1998) на Заедницата методологија за туризам статиката Луксембург

Европската заедница напред, С. (2000) Одење на почетокот на 21-от век

ставови и мотивации Прошетка 21 зборување, одење напред во 21 век во

Лондон 21-22 ФЕВРУАРИ

Фокс, М (1995) планирање на транспортот и човечка активност пристап. Весник

на транспорт географија, 3 (2) 105-116

Gauf, ДР Z & Хјуз Х (1998). Диверзификација и тур-оператори. Случај на TUI и

тренерот на туризмот. Туризам, економија 4 (4), 325-337

Гец ДР, (1986) модели во туризмот планирање. Туризам и менаџмент 7,21-32

Giannakodakis Г. (1994) превоз планирање: A holistie системи пристап. За патен

транспорт истражување 3 (2) ,4-21

Gillen, ДР & Морисон В. (2003) занимаваат интеграција и предадена цената на

воздушниот сообраќај Дали нискобуџетни авиокомпаниии целосна услуга

comperitors? Весник на воздушен транспорт за управување со 9 (1) 15-23

Gillingwater ДР (ур.) (2003) Специјално издание: Аеродроми и

одржливост. Весник на воздухот транспорт за управување 9 (3), 139-200

Golob T.F. (2001) Travelbehaviour.com Активност приоди за моделирање на

влијанието на информатичката технологија на личните патување однесување



во: Д. Hensher (Ed).Патување однесување Истражувања водечките компании (pp.145-183) Оксфорд Elsevier наука ООД

Goodrich J.N. (2002) 11 септември 0,2001 нападот на amrica: евиденција за непосредна влијанија и реакции во патуваат САД и туризмот, туризам компаниите 23,573-580. И реакции во патуваат САД и туризмот, туризам 23,573-580

Goodwin П. (1997) Мобилноста и автомобилот зависност. Во Т. Routhegatter & ними Carbonell (eds), сообраќај и транспорт Psychology. Амстердам Пергамон

Греам, Б. & Guyer В. (2000) Улогата на регионалните аеродроми и воздух служба во Обединетите Kingdom Journal за транспорт Geography 8,249-262

Зелени сменета (1997) влијанија врз животната средина Journal за транспорт Geography 5 (1) 28-29

Gunn, В. А. (1944) Туризам Planning Лондон Тејлор и Френсис

Hall.D.R. (1999) Conceptualising туризам транспорт нееднаквост и externality прашања весник за транспорт Географија 7,181-188

Hallsworth A. & Whitelegg J. (1997) Summary и заклучоци гледа наоколу и гледа напред.

Во: Р. Tolley (ED) за позеленување на Урбан транспорт (pp.453-461) Chichester Вајли.

Halsall, ДР А. (2001) Railway наследство и туристичката поглед Stoomtram Хорн - Medemblik. Весник на транспорт Географија 9.151.160

Hanson С. (1998) излета од патот? Рефлексии на транспортните географија во информациската ера весник на транспорт Географија 9,151-160

Хајаши Ј., Топ К. & Nijkamp П. (EDS) (1999) The3 environment и транспорт. Cheltenham: Едвард Едгар Издаваштво

Hensher, ДР (ЕД) (2001) од патувањата низ однесување и истражувачки дух. Оксфорд: Elsevier наука ООД

Хобсон ЈСП & Uysal М. (1992) за инфраструктура: Кризата Silent со кои се соочува иднината на транспорт. Hospitality Истражувања весник 17 (1) 2009-215Држи, ДР (2001). На Safe Mobilitaet проектот: Постигнување на намалена автомобил-зависност во Европската одморалиште области. Туризам менаџмент, 22 (4), 411-417



Hooper, П. (2002). Приватизација на аеродроми во Азија. Весник на воздушен транспорт менаџмент, 8 (5) 289-300.

Хојер, Кг (2000). Одржлив туризам или sustainable мобилност? Случај Norwegaín. Весник на одржлив туризам, 8 (2), 147-160.

Хемфрис, И., и Френсис, Г. (2002). Политика прашања и планирање на Велика Британија регионални аеродроми. Весник на транспорт Geography ,10,249-258.

Janic, М. (1999). Воздухопловен и externalities: На достигнувања и проблеми. Превоз Истражувања Дел Д, 4, 159-180.

Јагнешко, Б., & Дејвидсон, С. (1996). Туризам и транспортот во Онтарио, Канада. Во: Л. Харисон, и В. Мажи (eds), Практичари одговорен Туризам: Меѓународни студии на случај во туризмот планирање, политика и развој. Chichester: Вајли.

Законите, Е. (1991). Туризам маркетинг: сервисен Р и управување перспективи. Cheltenham Стенли Thornes.

Leiper, Н. (1990). Туристички атракции системи. Анализите на Tourism.17.384-387.

Лу, А. (1991). Сценската патишта и рурален се развива во USTourism Recereation Research.16 (2) ,23-30.

Луумис, Б., & Волш, RG (1997). Рекреација на економски одлуки: Споредба на бенефиции и крајбрежјето ^{(2-ри} ед.). Државниот колеџ, РА: Издаваштво вложување.

Lumsdon, Л (2000). Транспорт и туризам: А одржлив туризам се развива моделот. Весник на одржлив туризам, 8 (4), 1 - 17.

Lundgren, JO (1973). Развој на туристичката систем. "Турист" Преглед ", 02-14 јануари.

Лион, Г., Чатерје, К. Beecroft, М & Marsden, Г. (2002). Детерминанти на побарувачката за патување-истражуваат иднината на општеството и начинот на живот во Велика Британија транспорт Policy.9.17-27.

Лион, Г., и Харман, Р. (2002). На Велика Британија во јавниот транспорт индустрија и обезбедување на мулти-модален патник информации. Меѓународен весник на транспорт за управување, 1, 1-13.

Мејсон, К. (2000). Склоноста на бизнис патниците да користат ниски трошоци за авио-компаниии. Весник на Transpoet географија ,8,107-119.

Мејсон, К. (2001). Маркетингот, ниско буџетна компанија со услуги на бизнис патниците. Весник на воздушен транспорт за управување со ,7,103-109.



Mejсон, K. Whelan, B., & Вилијамс, G. (2000). Европи ниска цена авиокомпанији: Еден snslysis на економијата и opersting карактеристики на Европи чартер и ниска цена закажани превозници. Воздушниот транспорт Група истражувачки извештај. 7. Велика Британија: Велика Британија, Универзитетскиот колеџ за аеронаутика.

Mcintosh, RW, Goeldner. CR & Ritchie. JRB (1995). Tourism.principles.practices. филозофии (стр. 17-21). Торонто: Вајли.

McKarcher, Б. (2003). CAPC и голтки. Trinet Порака. 2003/4/28 преку е-маил.

Милано, J. (1997). Споредба на Р на железничкиот и воздушниот мрежи во Западна Централна и Источна Европа. Транспортна политика, 4 (2). 85-93.

Мил, РК, и Морисон, А. (1992). На туризмот систем: воведен текст. Њу Џерси: Prentice - САЛА.

Милер, А. & Grazier, B. (2002). Северна Америка крстарење пазарот и австралиски туризам. Весник на летни маркетинг, 8 (3), 221-234.

Mintel (2002). Тренерот на одмор, забава интелигенција. Лондон: Mintel.

Mintel (2003). Британски начин на живот студија. Лондон: Mintel.

Морисон, А. Јанг, В., Cai, Л, Nsdarni, Н., & О`Лири. J. (1996). Компаративна профили на патниците на Патувања и земните одморалиште одмор. Туризам весник на студии. 7 (2). 54-64.

Les Lumsdon и Stephen J. Page

Murray, M., и Grahman, B. (1997). Причување на декларираниот патничко производски туризам; The Camino de Santiago, Туристички менаџмент. 18 (8). 513-524.

Newman, P. W. G., и Kenworthy. J. R. (1999). Одржувањето на градовите: преоптеретување со автомобилната зависност. Washington, DC : Island Press.

Nijkamp, P., Reichman, S., и Wegener, M. (Eds) (1999). Еврокомуникација : Транспорт комуникација и мобилност во Европа преку национални компаративна прегледност. Abershot : Avebury.

Oppermann, M. (1997). Предвидување на избирачко место – Разговор за лојалното место. Весник на одморачки маркетинг. 5(1.51-56).

Oum, T ., и Zhang, Y. (2001). Примени проучувања за клучното одржување во интернационалните авио компании. Транспортна полиса 8,167-169.

Page, S. J. (1994). Европски автобус и тренерско патување. Патувачка и туристичка анализа, 1,19-39.

Page, S. J. (1999a). Транспорт за туризам. Harlow : Addison Wesley and Longman.

Page, S. J. (1999b). Транспорт за туризам (п.8) Лондон : Routledge.

Page, S. J. (2001). Gateways, транспортно поврзување во Јужно Источна Азија. Импликации туристички напредов во 21 век. Во Р. Тео. Т. Chang и К. Хо (Eds)



- внатрешно поврзани светови : туризам во јужно источна Азија (пп. 84-102).
Oxford : pergaman.
- Page, S. J. (2002). Туристичкото здравје и безбедност. Патувачки и туристички анализи.
- Page, S. J. (2003a). Туристички менаџмент за промени. Oxford : Butter worth Heineman.
- Page, S. J. (2003b). Европско железничко патување: спрецијално соопштување. Патувачки и туристички анализи.
- Page, S. J. (2003c). Европско тренерски патувања со автобус. Патувачки и туристички анализи.
- Rapathodorou, A. (2002). Цивилно авиациски режими и туризмот во Европа. Весник на авиотранспортниот менаџмент, 8.381-388.
- Petterson, J ., и Perl, A. (1999). TVG ефектот : потенционална можност за оправување на заостанувањата во авијацијата. Светска полиса на транспорт и пракса. 5(1)36-461.
- Pearce, P. (1993). Фондментација на туристичка мотивација. Во : D. G. Pearce и R. Butler (Eds). Туристички испитувања: Критики и Предизвици (ппч.113-34). London : Routledge.
- Pizam, A., и Manstfield, Y. (Eds) (1999). Содржи однесување во туризмот и патувањата. New York : Haworth Prees.
- Porter, G. (2002). Живеејќи во подвижниот свет : рурална мобилност и социјалната еднаквост во Sub – Saharan. Африка. Светско развивање. 30(2).285 – 300.
- Preston. J. (2001). Вмешување на транспортот со социоекономските активности – истражувачка агенда за новиот милениум. Весник на транспортната географија. 9.13 – 24.
- Prideaux, B. (1999). Патека до туризмот. Кралската државна железница се придржува на туристичката индустрија. Интернационален весник на туристички истражувања. 1 (2).73 – 86.
- Prideaux, B. (2000). Водството на транспортот во дестинационалните развивања. Туристички менаџмент. 21.53 – 63.
- Ragurman, K. (1997). Авиокомпаниите како и инструмент за националните градби и националните идентитети. Проучување на Malaysia и Singapore. Весник на Географски транспорт 5(4). 239 – 256.
- Raymolds – deighton, A. (2001). Графичко дистрибуирање на ниската страна и целосна службена носителна мрежа во U.S авио транспортен маркет. Весник на авиотранспортен менаџмент. 7.265 – 275. Фклопувачкиот ефек на цивилната авиосила во летот. Спрецијален репорт. London: Royal Commission on Environmental Pollution.
- Sorte, (1997). Социјални однесувања на патниот ризик во Европа. Европска комисија.
- Seaton, A. (2002). Еднографски контекст во туристичкото истражување. Весник на одморски маркетинг. 8(4)309 – 319.
- Shailes, A., и Senior, M ., и Barry. P. (2001). Туристички, патувачко однесување на одговорноста до одлучување : во случај на патувања со кола до Cornwall. United Kingdom. Весник на географско патување. 9(1).49 – 60.
- Shaw, J., Walton, W., и Farrington, J. (2003). Потенцијал за железничка ренесанса во Great Britain, Geoforum, 34.141 – 156.



ТЕМА. БР.2. ЖИВОТЕН ЦИКЛУС, МОТИВАЦИЈАТА НА ТУРИСТОТ И СООБРАЌАЈОТ: НЕКОИ ПОСЛЕДИЦИ ОД ТУРИСТИЧКИТЕ ИСКУСТВА

Gianna Moscardo и Philip L.Pearce

Вовед

Во пионерските денови на туристичкото изучување, Vahab (1975), тврдеше дека областа на туристичката мотивација е основна и неопходна во анализите на туризмот и е основен темел на самото развивање на туризмот. Мотивацијата е општо претставена, видена, како водечка сила позади човечките акции. (Crompton 1979; Fodness 1994; Iso-Ahola 1982). Поточно кажано таа е почетната точка на изучувањето на кодексот на туристичкото однесување, понатаму и за разбирање на системот на туризмот вклучувајќи ја употребата на начинот на превоз и неговото значење (Gunn 1988; Mill & Morrison 1985; Pearce et al. 1998). Ова поглавје ќе ги истакне заедно анализите на мотивацијата на туристот и многукратните улоги на транспортот во искуството на туристот. Оваа анализа ќе продолжи, истражувајќи ја кратко некоја веќе постоечка работа, која што се однесува на однесувањето на туристот, туристичката мотивација и транспортот. Како проширување на веќе постоечката работа, концепциската мапа ги развива врските помеѓу животниот циклус, туристичката мотивација, улогите и експерименталните последици од транспортот, после што изборот на транспорт ќе биде конструиран. Презентацијата на оваа идејна мапа за предлог врските помеѓу туристичката мотивација и употребата на транспортот и последиците од нивната поврзаност ќе бидат разгледани во студија на случај на патниците во северна Австралија. Матрејалите кои треба да се достават се од истражуваните податоци од интернационалните и домашните посетители на Северно Квинслендскиот регион. Оваа студија на случај ги вклучува емпериските докази поврзани со линковите предложени во концепциската мапа. Размислувањето на богатите и различни можности за истражување во оваа област ќе оформат одлучувачки дел на ова гледиште.

Позадина

Постојат најмалку два доминантни пристапи кои ги поврзува туристите и нивната употреба на транспорт и нивните искуства. Првата категорија на работа, ја мери типично врската помеѓу изборот на стилот на превоз и економските варијабилни трошоци како евидентната цена и приход. Ваквата работа обично се прави за да се споредат транспортните опции (Johnson & Thomas 1992). Во ваквиот вид на математички и моделарно изработени анализи, потрошувачките вкусови се фиксирани и ставот наспроти индивидуалните бизнис операции на превозните компании, се претставени односно гледани како безначајна (ирелевантна) или корисна структура на чинење. Понекогаш трудот и дистанцата повеќе од колку чинењето стануваат мерливи



алатки во изборот на моделирањето на работата од колку трошокот, претставено од Burton (1994), кој препорачува дека за европејците илјада километри од дома до посакуваната дестинација е важна фигура во решавачкиот фактор дали сопствениот превоз или авионскиот превоз ќе биде доминантен начин на патување. Економскиот избор и моделите на студии не се ограничени помеѓу изборот на превоз за туристите. Изучувањата за изборот на маршрутата и учеството на рекреација беа исто така поврзани со напорите да се создаваат односно генерираат алгоритми за да го објаснат превозот со автомобил (Fesenmaier 1988; Taplin & Qiu 1997). Исто така постои и значајно тело на работа во транспортот подобро отколку туристичката литература која ги нагласува моделите на туристичкиот тек и превозната зависност (Bannister 1995; Erlander & Stewart 1990; Sen & Smith 1995; Wood & Johnson 1993). Johnson & Tomas (1992), коментирајќи на овој тек на работа, набљудуваат дека некои моќни сфаќања се имаат развиено низ економските модели но „ комплетно разбирање на потрошувачкото однесување“ бара внимание во формирањето на вкусовите и привилегиите (п 3). Ова е вториот начин на работа на туристите и транспортот кој го зазема нивото во овие анализи.

Искусниот и мотивирачки пристап на патничкото однесување и превозот, употребува несогласување од дополнителните економски проценки на три начини. Прво се фокусира на посебни контексти и ситуации кои патниците од одредени пазари со одредени профили имаат направено вистински избор. Второ додека се интересира со избор на патникот и превозните опции, може да се забележи дека во повеќе случаи на оддалечени и селски туристи дека не постои за избор помеѓу моделите на транспорт а со тоа издржливите патници можеби ќе треба да поднесуваат се што е достапно во тие можности. Третата точка на разлика лежи во расфрлената и се уште неорганизирана природа на изучувањата во мотивациониот и експерименталниот извештај на туристичкиот транспортен материјал. За разлика од економско моделирање и математичката работа, втората категорија на анализи нема систематско и концептуално добро претставена теорија да се води нејзиниот развој. Во мал начин се надеваме дека концепциската мапа развиена во поглавието може да биде почетен водич кој ќе им служи пошироко за интегрирање и насочување на студии. Постојат неколку различни видови на студии заедно со категоријата на туристичкото-превозните сервиси. Постојат број на студии каде задоволството на муштеријата наспроти транспортните услуги се претходно оценети. Голем дел од оваа работа кој не е достапен за академски предвид, поради бизнис доверливите прашања, пага во голема мерка во рамките на вработувањата, потврдувачките-непотврдувачките модели кои врз основа на мерењата се очекуваат сервис и реален



квалитет на услугите за користење на benchmarking пристапот преку кој се споредуваат давателите на услуги (Kandampully et al. 2001, Noe 1999). Некои од неодамнешните пишувања во оваа област докажуваат, дискутираат дека компјутерскиот еталон (benchmarking) пристап ќе остане главниот пристап во идната практика и компарирањето на задовоствените податоци ќе биде потребно (Kozas 2001). Како што продолжува изучувањето на туристичко-транспортните врски, би можело да се земат во предвид повеќе индустриско академски партнерства, да се соберат, организираат и да се објасни дел од нивниот транспортен задоволен материјал. Вториот вид на работа, представена од Oliver (2001) лежи во продолжување да се истражува како туристот патува низ областите претежно но не исклучително со сопствено возило. Оваа работа користи техника наречена “авто карти” место кој се методологија на скици, нацрти и белешки на патничките искуства (Pearce 1981, 1999, Pearce & Fagence 1996, Walmsley & Jenkins 1992, Young 1999). Oliver известува дека ова поле е богато во развивањето на методи да ги извлече воедно одповикувањето или препознавањето на општеството, и може да биде употребено како главен пристап за да ги истражи разликите помеѓу искуствата на самосталните водачи, туристичките инструктори и индивидуите, наспроти туристичките пакети со различен транспорт. Третиот вид на работа го вклучува планирањето на патувањата, употребата на информации и туристичкиот модел, образец. Оваа работа се појавува како микс на туристичкото истражување, географските истражувања и пресметки како на пример: како живописните споредни патишта имаат влиание во соседните држави и како патните обрасци, се земени однапред, модифицирани и реализирани во туристичките реони. (Elby & Molnar 2002, Lue et al. 1993, Opperman 1997, Parolin 2001). Во двете, работата на авто картата и во патничките анализи на обрасци, фокусот не е на самото превозно средство. Наместо тоа акцентот е на искуството што резултира од користењето на транспортот. А повеќе строго и детално поврзаноста на ставовите кон транспортот, и како да се инхибрираат промените и искуствата на патниците сеуште ги чека истражување. Една група на изучувања која што се однесува на постарите патници во Северна Америка и Австралија ја предлага темата на транспортното туристичко искуство поврзувајќи се повеќе. Black and Rutledge (1995), Black and Clark (1998), McHugh and Mings (1992) and Wallis (1990), сите овие го истражуваат патничкото однесување на веќе пензионирани патници на долги патувања. Додека работата на Black и неговите колеги е базирана во Австралија, а останатата работа е северно Американска, истражувањата ги делат пронајдоците и забелешките кои се всушност самите патувачки во постарите патници, внимателно спакувани и дизајнирани возила кој е битен за празничното искуство. Тоа е блиска врска на задоволство и контрола поврзано со возење и туристичко патување, кој го дефинира



овој вид на празнично искуство, и е предложено на повеќе големи облици кои се инволвирани во целокупниот дизајн и искуство на одморот. Овој поглед може да биде пренагласен пред крстарење, групно патување и специјални туристички опции како на пример: возење, патување, кану и тури со велосипеди. Важноста на веќепостоечка литература, ја воспоставува потребата да се презентира идејната мапа или краток преглед на можностите на транспортниот туризам. Неопходен даден предмет (тема) кој треба да се испита претходно пред да се презентира организирана концепт мапа е централната тема на мотивација. Важноста на темата е често цитирана и може да се забележи дека мотивациите треба да се разликуваат од честите мерења на предложените патувања т.е. за бизнис или задоволство. Мотивацијата ги одразува индивидуалните потреби и желби. Постојат повеќе постоечки теории за мотивацијата на туризмот, кои сите се во постави, на повторен преглед и развој (Lee & Pearce 2002, Ryan 1998). Прегледи за мотивацијата за патување постојат во повеќе изданија (Mcintosh et al. 1995, WTO 1999). Но вреди да се набројува дека добра теорија на туристичката мотивација ќе биде јасна и разбирлива и ќе ги интегрира и стимулира другите истражувања. Во продолжение, звучната теорија треба да покрие различен сет од мотиви, да изнесе мултимотивирачка оценка на комплетното однесување, да биде измерена и да се носи добро со индивидуалните и општествени вредности (Pearce 1993).

Придружната мотивација претставува друг сет на сила кој што ги оформува туристичко транспортите врски, сила што целосно може да се претстави преку самата етикета на животниот циклус. Временската граница е во целосно интегрирање, и комбинација на годините, семејниот статус, местото на потекло, здравјето и добриот провод на туристот. (Jafari 2000). Временската граница исто така се користи и за определувањето на категориите и повеќе префинираните активности на туристите (Mill & Morrison 1995). Факторите на животниот циклус и другите психо-графички пристапи може да се сметаат како сили чија исто заедничка персоналност заемно ја изразува мотивацијата кај патниците. Додека пак мотивацијата останува основна и главна движечка сила за однесувањето на туристите, а од друга страна пак актуелните и индивидуалните мотиви ја изразуваат силната страна на силите на животниот циклус. Тука ќе дискутираме и за фазите на животниот циклус (Пр. млади брачни парови, постари патници без деца), кои го губат првобитниот изглед и мотивација и на тој начин обезбедуваат повеќе преферирани активности и воопшто избор на комплетните демографски фактори (Moscardo et al. 1996a).

Врската помеѓу мотивацијата на патниците, животниот циклус, улогата на транспортот и искуството воопшто од самите овие врски се прикажува во табела бр.2. Составот на табела бр.2 предизвикува некој вид на проблеми во самиот развој на



мотивационо-транспортното искуство и неговата основа. На почеток е потребно да се предаде поголемо значење на листата на мотиви и истата не треба да биде сфатена како презентација на поглед кој го имаат патниците за некој мотив поединечно. Наместо тоа потребно е да се отпочне расправа за тоа дали патниците заемно сите имаат приближни групни мотиви додека пак секој од нив може да си придава поголемо

Патнички мотиви и мотив обрасци / Travellers Motives and Motive Patterns	Повеќето улоги на транспортот / Transport "s Multiple Roles	Искуство на патниците / Travelers Experience
<u>Основна мотивација</u> <u>Suggested core motivation</u> -Бегство и релаксација -Новитет -Врски -Персонален развој <u>Дополнителна мотивација</u> <u>Additional motivational emphases</u> -Врската со домицилното население -Романтика -Носталгија -Распознавање со други -Изолација -Сигурност -Самосталност	Целосна забрана Важен консултант Функционална врска Интегративен елемен Доминира искуството	*Патувањето не треба да се потценува, дури и ако изискува некои психички работи или пак висока цена *Патувањето вклучува и многу долги часови на летање, тески услови и морска болест *Патувањето ја вреднува ефикасноста како на пример разните задоволства меѓу кои спаѓаат и сместувачките односи на аеродромите *Стилот на патување е најразличен со најразлични искуства како на пример директни тури или пак панорамски со можост за дополнително уживање на самата дестинација *Стилот на патување е главниот фактор за искуството и за уживањето како и за желбата. На пример големи Cruise бродови или пак тури кои ние самите си ги одредуваме
Фактори на искуството / Life Cycle and Experience Factors -Возраст -Семеен статус -Живеалиште -Претходно патничко искуство	Транспорт детерминанти / Transport determinants -Цена	



-Вид на обезбеден пристап
-Достапност
-Конкурентност

значење на некој поединечен мотив. Понатака патниците исто така може да имаат и силен мотивационен личен профил кој го создаваат од пакетот на додатните МОТИВИ

Табела бр.2.1 : Концепција на врските помеѓу животниот циклус, мотивацијата, транспортните улоги и искуството на патниците.

Table 2.1 : A conceptual map of the links between motivation, life cycle, transport roles and the travelers experience.

Еден пример што ќе го прикаже начинот на кој овој мотивационо шематски акцент може да се види како се применува во контекст на искуството на транспортот и патувањето. Испитувањата на патниците кои избрале крстосувачки бродови како нивно одмор-искуство јасно покажуваат дека сакаат производ, каде што улогата на транспортот може да се опише како доминантно искуство на патниците. Откако еднаш ќе заминат на брод за крстарење, својот одмор патниците го дефинираат според маршрутата, објектите, временските рокови, просторните ограничувања и можностите кои се нудат за пополнување на слободното време, кои се пак уникатно својствени за овој стил на транспорт. Можеби и не е изненадувачки што човек може само да потврди дека "овој вид на избор за патување и искуство е управувано од еден посебен мотивационен профил и животен циклус. Истражувањата во областа на крстаречкиот туризам покажуваат дека постојат карактеристични мотивациони профили и животни циклуси кои се поврзани со овој сектор на оваа индустрија. **Moscardo et al. (1996b) потврдува дека во прилог на овие видови на основни фактори за мотивација за патување, опишани во табела. 2.1., детална студија за туристичките перспективи на крстарењето во анкета од големи размери (над 12,000 испитаници), идентификува значителен дополнителен мотивационен акцент.** Кога ќе се споредат опциите за одмор со брод за крстарење и друг вид на одмор, тогаш изразите и мотивите "одлична храна", "романса" и "возбудливо" беа одлучувачки фактори. Бројни испитувања за бродовите за крстарење, исто така ги земаат во прадвид и факторите животен циклус и искуството, прикажани во табела. 2.1. Во таа прилика испитувањата имаат за намера да го предупредат читателот да не претпоставува дека сите патници на бродовите за крстарење како што се групите на постари или пак пензинирани патници, бидејќи новите програми нудат повеќе наменски сегменти на пазарот за различните категории од различните старосни групи (bull 1996: Douglas & Douglas 1996).



Конкретно, примерот на важноста на "романсата" за патниците на крстаречки брод, како значајна мотивација, може да биде зајакната и со предложувањето на друг вид на мотивација, со самопоттикнување за тура за патување. (**нешто како, самиот да си направиш една патувачка турнеа**) Во овој случај, мотивите можат да бидат објаснети како спој на "автономија" и "вклучување со домаќините", како два помошни мотиви. Овој предлог е рефлектиран од истражувањето во САД на патниците т.н. "птици преселници" кои во зимските периоди патуваат во потоплите држави на југ, како и од австралискиот пазар на автомобилски турнеи на долги релации, водени од McHugh and Mings (1992) and Black и Clark (1998).

Средишниот дел од табела. 2.1. ја прикажува класификацијата на повеќезначајноста на улогата на транспортот. Опсегот е значителен. Транспортот може да биде толку многу застрашувачки за патникот, на пример едно долго крстарење до Антарктикот, што и покрај мотивацијата да се посетат големите дивини прекриени со мраз, за некои патници рестриктивниот фактор е преголем. Од друга страна пак, транспортот може да биде причина за добивање на искуство на патникот, со многу примери на здодевно патување, на пример, долго патување со авион за егзотично јавување на лама во Јужна Америка, и токму овие примери служат како илустративен фактор за стрес, транс и психички фитнес, кои се потребни за да се преживее процесот "додека да се стигне до дестинацијата". За многу патници транспортот е едноставно функционален дел на туристичкиот систем (Gunn 1994), а ефикасноста на транспортот е главниот проблем во нивната процена на нивниот придонес за нивното празнично искуство. The instrumental value of certain national park facilities in the environmental tourism field (Noe 1999). Примери за оваа категорија се внатрешен транспорт во рамки на големо одмаралиште, поврзување од аеродром до местото за сместување, такси, автобуски линии и метро. Не толку познат пример дава Soermanto (1995), кој потенцира дека туристите го ценат искуството на **специјалните** возачите во Индонезија, така што овде, користа и вреднувањето на новитетот во искуството се искомбинирани.

Транспортот како интегриран елемент во искуството на туристот, има многу изрази и е воден од голема шема на различни мотиви. Во табела. 2.1., илустрациите од ваков вид на поврзување се прикажани преку **coach tour of a destination**.

Крајната улога на транспортот, каде што може да се види како доминантен за патниците е прикажана со примери како крстаречки туризам и одење на турнеи со автомобили. Други примери, вредни за спомнување се турнеи со велосипеди, летање со балон на жежок воздух и возбудувачки патувања. Вниманието сега ќе го насочиме кон едно истражување на еден случај, за улогата на конкретно оваа категорија на



транспорт, турнеја со автомобил, како глобално релевантна активност, што понекогаш доста долго трае.

СЛУЧАЈ НА ИСТРАЖУВАЊЕ : ИСКУСТВОТО НА ПАТНИКОТ И АВТОМОБИЛСКИ ОТ ТУРИЗАМ

Местоположбата на ова истражување е северен Квинсланд, Австралија. Уште попрецизно, истражувањето е базирано околу крајбрежниот град Каирнс, кој има 120 000 жители и годишна, вкупна бројка на домашни и странски посетители од над 1 милион (Queensland Government 2001). Тоа е локација која има овозможува пристап до две места со светско наследство, Големiot Граничен Морски Гребен и Wet Tropics. Анализите на пазарот за туристи, за овој регион, се вклучени во бројни претходни истражувања (Morrison *et al* 1995). Во целост, овие анализи може да се сумираат како релевантни и откриваат дека има одреден број на домашни посетители, кои варираат во старосната граница, како и значителен број на интернационални посетители кои претендираат и се движат во рамките помеѓу 18-35 год., или алтернативно во постарата старосна група (Pearce *et al.* 1996). Интернационалните посетители се претежно од Обединетото Кралство (Европа), Нов Зеланд, Северна Америка или Јапонија, со растечки број на посетители од други Азиски земји.

Податоците за сегашното истражување на овој случај се од одреден број на испитаници, 1 513 посетители, спроведено од април до јуни 1999 година. Испитаничките ливчиња беа распределени низ целиот регион, како и на локации во главниот град Каирнс, како и до посетителите на околните помали градови во регионот (Табела 2.2). На секое место, прашалниците беа делени во транспортните центри, шопинг центрите и административните зони. Стапката на одговор на прашалниците беше 71%. Учесниците беа надгледувани, да се потврди дека тоа се навистина туристи кои се дојдени на одмор и релаксација, и кои се барем една вечер надвор од своето работно место или местото на нивно постојано живеење. Собраните податоци од ова истражување за животниот циклус и демографските информации, овозможува да се покаже како мотивацијата, животниот циклус и демографскиот фактор се комбинираат. Презентирањето на резултатите од ова истражување, се направи во три чекори. Првенствено, се направија некои основни разлики во мотивацијата помеѓу оние кои одбраве себемотивирачкиот транспорт и оние кои не го сториле тоа.

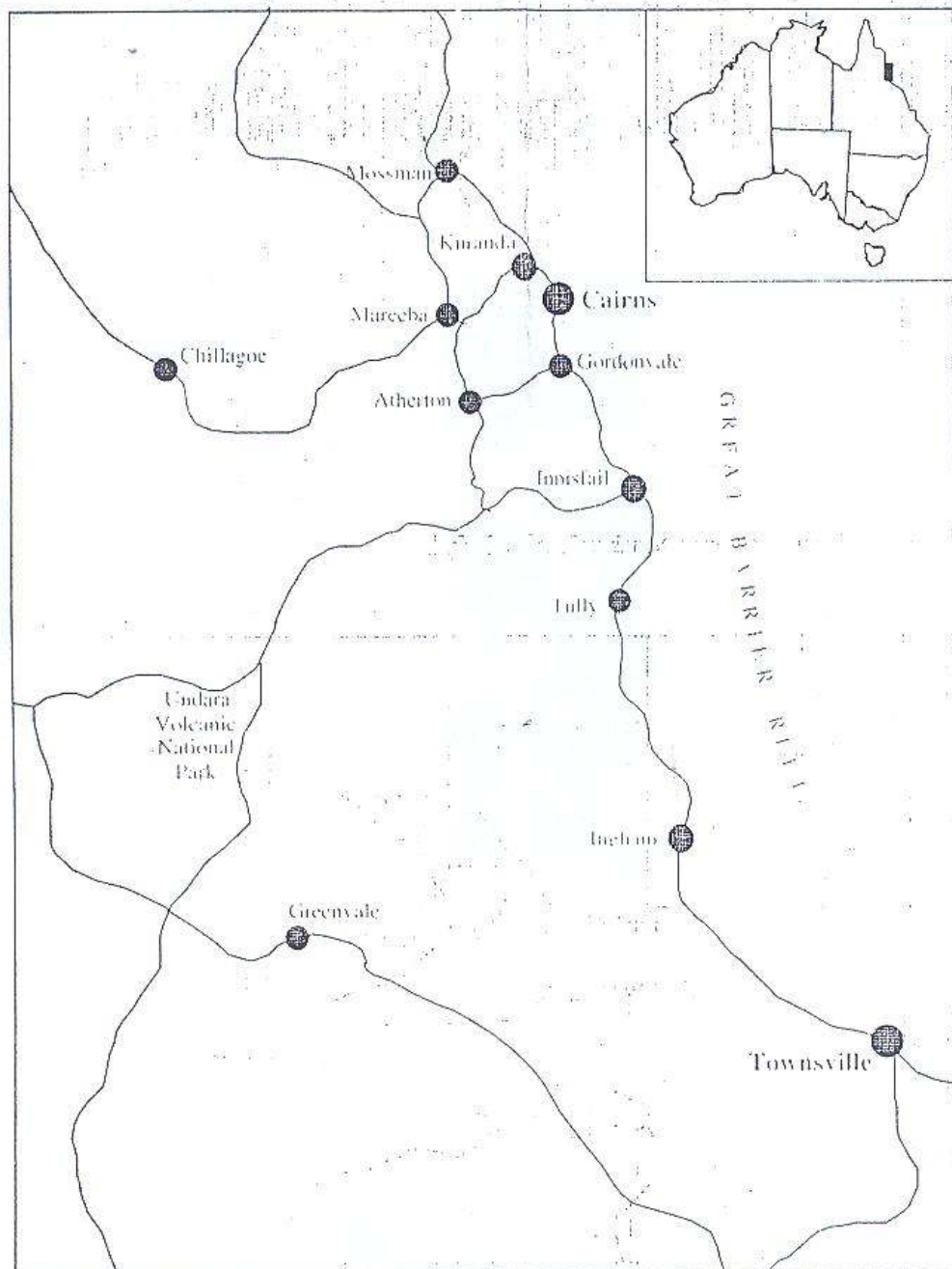


Figure 2.2: Location map of far North Queensland.

Фигура 2.2 : Мапа на локации од далечниот северен Квисленд

Представени се шест карактеристични точки за мотиви и патувања од табела 2.1 кои се значајно различни од самостојното и несамостојното управување на туристичкиот пазар. Оние индивидуалци кои што сами избираат да патуваат се значајно повеќе



заинтересирани особено за активностите поврзани за целата фамилија, особено пријатните рурални видици и занимливости.

Табела 2.1: Мотивациски одговори на самостојните и несамостојните пазари во северниот регион на Квинсленд.

Table 2.1: The motivational responses of self-drive and non-self-drive markets to the North Queensland region.

Додатни мотивациски фактори за Дестинацијата /Motivation and Destination Attribute Factors	Самостоен пазар Self-Drive Market (N = 751)	Несамостоен пазар Non-Self-Drive Market (N = 762)
Топло сончево време	46.9	44.0
Истакнати видици	46.4	43.7
Посета на Great Barrier Riif	43.2	54.8
Посета на дождовни шуми	39.9	47.6
Бегство од секојдневниот живот	37.4	35.4
Пристап до дивината / недопрена природа	36.1	31.5
Поглед на невообичаени нешта (дивината)	34.0	33.5
Голем избор на активности	33.2	36.8
Пријатни рурални видици	30.8	22.4
Надворешни возбудливи активности	28.1	32.3
Место за кое зборуваме откако ќе се вратиме дома	26.7	28.2
Место со значење за парите	26.1	26.8
Пријателски настроени луге	26.1	23.4
Плажи за сончање и пливање	24.8	26.4
Можност за зголемување на знаењето	19.5	23.3
Ефикасно сместување	19.0	26.2
Интересни мали градови / села	18.5	11.2
Можност за посета на фамилијата / пријателите	17.6	9.9
Активности за целото семејство	14.7	8.1
Ефтина храна	13.6	15.8
Шопинг	10.5	18.4
Семејно место	10.4	9.6
Првокласно сместување	9.7	8.8
Одмаралишта	9.5	7.8
Искуства со локалната култура	8.7	14.9
Добар ноќен живот	7.9	12.1



Високо квалитетни ресторани	6.7	6.5
Модерни места за посета	2.8	3.8

Разлики базирани на групните диференцијации / тестови за целокупните споредби во табелата (1 = не се сите важни, 4 = многу важни).

Significant between group differences based on / tests for comparing means of the full item scale (1 = not at all important, 4 = very important).

Останатите теми каде што беа пронајдени разлики се од поголема важност за пазарите со несамостојно управување. Овие мотивациски и додатни фактори беа добра прилика за посета на Great Barrier Reef, тамошниот добар нокен живот, добрата забава и можноста да се искуси локалната култура.

Објаснувањето на ваквите разлики во мотивациските атрибути може да бидат поврзани со животниот циклус и демографските разлики кои што ги дефинираат овие две групи. Пазарот со несамостојно управување се состои од две подгрупи-сместување на странски посетители со мал буџет и гости кои вообичаено ги поврзуваме со планерите на домашна и интернационална база. Главно посетителите кои за прв пат го посетуваат регионот се поврзуваат со самостојните пазари кои можат да бидат комбинирани од интернационални и домашни туристички патници, кои може да патуваат сами или пак на пример со нивните деца. Препораките за сместување на self-drive групата вклучува повеќе паркови со каравани и мотели.

Овие разлики во демографските фактори и факторите од животниот циклус се поврзуваат со мотивационите сегменти дадени претходно во табела 2.2. Додека пак self-drive се ориентира, и вообичаено води кон релативно поголемо истакнување на активностите и интересните градови и локации за истражување особено кога во целокупната туристичка понуда се вклучени и децата. Пријатните рурални видовици се многу важни за квалитетот на самото доживување од возењето и не е изненадувачко што целата слика за self-drive групите е толку потенцирана. Тие групи кои пак ќе изберат да не се возат првенствено си го ограничуваат нивното движење а воедно си ја намалуваат и својата шанса за уживање во нокниот живот и разните доживувања поврзани со локалната култура. Мотивациските профили и туристичката понуда се спротиставени и неможе да контеминираат една со друга. Во табела 2.1 може конкретно да се забележат целокупните разлики на истите. Во self-drive групата како што е предходно констатирано во некои од воведните забелешки на ова поглавје, искуството базирано исклучиво на студии од туристите, се заклучува дека транспортот мора да биде фокусиран на одредени контексти, ситуации и во глобала на целокупниот туристички пазар. Со секоја студија, ваквото фокусирање добива уште



една причина, во конкретниот случај напорите на истражувачите успеваат да обезбедат разлика помеѓу self-drive посетителите и другите посетители кои се користат со други средства, и сеуште немаат обезбедено детално разоткривање на разновидноста во самата област. Контекстот и студиите за под-групите се неопходни за да може пред се да се разбере било која од овие транспортни искуства и стилови. Опасноста во оваа работа е тоа што напорите за истражувањата се на локално ниво и поради тоа се губи дискретноста и се нарушуваат основните извештаи за туристичкиот транспорт. Затоа е од големо значење воспоставувањето на колку што е можно подетални анализи кои строго ќе бидат фокусирани и поврзани со целиот овој концепт кој соодветствува со мапата од фигура 2.1. Накратко, следната презентација на податоци представува само еден обид да се споредат мотивационите профили на туристите кога се информирани за разликите во транспортот преку” доминација на искуството “. Нетреба да ја загубиме нашата надеж за пронаоѓање на конкретни анализи, преку самата мапа на концепти која што на идните истражувачи ќе им обезбеди добра појдовна точка на организација и препорака понатаму за конкретно изнесување на нивните сопствени истражувачки работи.

Интернационален самостоен пазар

Информациите кои ја засегаат оваа група се добиени од 292 говорника, кои првенствено се од обединетото кралство / Ирска (35 %) и Европа (33 %). Оваа група се состои од голем број на двојки (66 %) кои што се балансираны двојки и кои представуваат добар столб на фамилијата или пак на пријателите. Оваа група не е типична за овој регион затоа што најголемите старосни граници (групи) се движат од 21-30 години (45 %) и 31-60 години (40 %) групата со постари сениорски патници кои што се појавуваат во пошироката демографија за посетители од овој регион се вистински представници на self-drive пазарот (самостојниот пазар). Најчестиот временски период кој што е карактеристичен и типичен за овие групи во овој регион изнесува две недели.



Табела 2.2: На мотивациони одговори на три автономни - диск пазари на Северениот Квинслендски регион

Table 2.2: The motivational responses of three self - drive markets to North Queensland region

мотивација и целни атрибут фактори	авто-пазар Под Драјв - Група		
	меѓународни (N=292)	домашни - без деца (N=388)	домашни - со деца (N=71)
Можности да ги посетите дождовните шуми/Opportunities to visit rainforest	51.2	48.9	44.3
Шанса да се избегаат зафатен живот/Chance to escape a busy life	36.1	41.6	43.5
Активности за целото семејство/Activities for the whole family	10.9	14.5	42.9
Можност за посетата на Голем корален гребен/Chance to visit the Great Barrier Reef	61.5	34.1	36.3
Најдоброа сценографија/Outstanding scenery	49.1	50.4	34.4
Топлисончеви временски услови/Warm sunny weather	49.5	49.9	31.4
Широк спектар на работи кој треба да ги направите/Wide variety of things to do	33.7	36.2	31.4
Место да се зборува за кога ќе се врати дома/A place I can talk of when I get home	26.2	29.4	30.0
Пристап до Пустина / непречн карактер/Access to wilderness/undisturbed natype	38.7	38.6	30.0
Отворен авантура активности/Outdoor adventure activities	36.4	24.7	29.0
Шанси да го видите дивиот свет, што нормално не гледа /Chances to see wildlife not normally seen	42,3	31,8	28,6
Плажи за сончање / пливање/Beaches for sunbathing / swimming	29,5	23,0	27,5
Место обезбедување на вредност за пари/A place providing value for money	23,0	32,1	22,9
Пријатени рурални предели/Pleasant rural scenery	32,0	34,5	22,9
Интересни мали градови-села/Interesting small towns / villages	13,6	23,8	21,4
Буџет сместување/Budget accommodation	22,6	19,8	15,7
Запознаени добро познати места/A familiar well known place	7,5	12,7	17,1
Можности за зголемување на знаењето/Opportunities to increase knowledge	22,6	19,8	15,7
Одмаралиште области/Resort areas	9,1	10,5	13,2
Евтина храна/Inexpensive food	15,6	13,9	12,9
Референци/Shopping	7,8	13,6	11,4
Можности за посета на семејството / пријатели/Opportunities to visit family / friends	16,1	22,3	11,4
Пријателски локалните луѓе/Friendly local people	29,6	28,6	11,4
Прва класа сместување/First class accommodation	7,2	13,2	10,2
Висок квалитет на ресторани/High quality restaurants	6,1	7,9	7,2
Добар ноќен живот / рекреација/Good nightlife / entertainment	11,6	6,3	7,2
Искуство домородната култура/Experience indigenous culture	15,5	4,5	7,1
Модерно место каде да одат/A fashionable place to go	2,5	3,5	2,9

Значајни разлики меѓу група врз основа на анализата на варијанса тестови. / Significant between group differences based on analysis of variance tests.

групата е 7,89 на скалата од 0-10. Локација на информации според статистиката укажува дека 11 сајтови се посетени од страна на најмалку 25% од овие посетители , кој укажува на еден скроман достиг на нивните патувања во однесувањето во споредба со другите себе - возење под – групи.

Домашна самоуправа - пазар - без деца

Информациите кои се однесуваат на оваа група е составен од 388 испитаници. Главно од источните држави на Австралија. Оваа група се карактеризира на луѓе кој патуваат со своите партнери (65%),придружувани со други семејни пријатели. Групата најверојатно треба да биде над 51 години, а 52% се вонивните 50-ти и 60-тите. За многу од овие посетители, за разлика од меѓународните посетители, се често



во втора или трета посета на регионот. Тие имаат тенденција да потрошат малку помалку време во регионот од меѓународните посетители (помалку од две недели) и е многу веројатно да останат во караван (54%) или мотел-Хотел (20%).Локацијата на информации покажуваат на тоа дека 22 сајтови се посетени од страна на најмалку 25% од овие посетители и додека ова укажува на значителен напор и успех, можеби посрамни сеќавања од претходната посета. Значи за задоволување на оваа група е 8,32 на скалата од 0-10, бројка која е статистички значајна во однос на постоењето на највисокото задоволство резултат снимен за под - групи.

Домашна самоуправа - пазар- со деца

Информациите кои се однесуваат на оваа група е составен од 71 испитаници. Претежно од државата Квинсленд (49%), како и источните-членки на Австралија. Возрасните најчесто се придружени со едно или две деца (32%). Како и други домашни посетители, кои го посетиле регионот на неколку претходни наврати, но нивната должина на престој обично е седум дена, а не четиринаесет, или повеќе од другите групи. Како и други домашни патници, кои престојуваат во караван (46%) или хотел / мотел (20%) се важни за сместување.Има некој сместувања со пријателите и роднините за оваа група. Локациите на информации укажува на посета на 17 локации, од страна на најмалку 25% од моштра.Карактеристична црта на оваа група е износот на планирање за одмор со 69% ,овие патници имаат планирано месеци однапред за нивното патување - соодветните бројки за другите две себе - диск сегменти се 50% за меѓународните патници и 57% за домашниот себе - возење група без деца. Средното задоволување за оваа група се наоѓа помеѓу резултатите на другите два сегменти на оваа прилика, значи задоволство наследна посета на Северено Квинслендскиот регионот е 8,01 на скалата на задоволство од 0-10.

Општите демографски, планирањето на патувањето, локализирана и задоволство информации за овие три авто-пазар под диск - групи може да се прошири со оглед на мотивационен профил одговори за три групи. Овој материјал не е даден во Табела 2.2. На материјалот прикажан во Табела 2,2 се дадени неколку точки направени во ова поглавје. Како со материјалот прикажан на разликите меѓу себе-диск и не вози само туристи. На податоците презентирани се претставува процентот на луѓе кои ја сметаат оваа особина да биде многу важна, тоа е многу веројатно, така што дури и низок процент се уште покажува дека некои луѓе мислат дека е многу важно и понатаму, Ова откритие и презентирање на податоците одговара на еден од атрибутите на добар пристап кон мотивациони студии истакнат во воведниот дел на ова поглавје. Понатаму, ова сфаќање е ефикасно инкорпорирано во концептуалната мапа на слика 2,1 каде што се наведени голем број на основни мотиви заеднички и важни за многу



туристички ситуации, но беше дополнета со уште сет на мотиви најверојатно ќе биде многу важен во некои ситуации

Инспекција на нумерички информации во Табела 2,2 потврдува дека ова ткаеше одговори на флукуирачки нивоа на важноста на мотивите и дестинација, ова се атрибут информации на овој специфичен контекст во кој доминира транспорт на туристичкото искуство. На пример, домашната авто - диск група со деца, голем број сметаат на мотиви / можности да бидат многу важни, но тие се карактеристични по јасно идентификување на активности за целото семејство, интересни мали градови и села и запознаени добро познати места е релативно поважно отколку другите групи. На ефектите од животниот циклус, во овој случај на присуство на обично едно или две деца, како дел од патната партија, се изразува во поголемо значење со оглед на овие мотивациони извештаи. Слично на домашните патници со деца место релативно помала важност, овие карактеристики не се неважни, во можности за посета на семејството и пријателите, извонредна глетка, пријателски локални луѓе и доживувајќи домородна култура. Разгледување на патната мотивација, живот, - циклусот и демографските линкови манифестира во себе - диск за транспорт избори кои можат да се развиваат на сличен начин за домашната група- која нема деца патници. Оваа група има релативно поголема важност на извонредни пејзажи и пријатно сончево време, интересни мали градови и села, можности за посета на семејството / пријателите и пријателски локалните луѓе. Меѓународните патници се карактеристични во однос на другите две само - диск групи со дефинирање на спротивставени елементи се важноста што ја има можноста да се посети Големият корален гробен, извонредна глетка, топло сончево времето, отворено, авантура активности и шансите за да го видите дивниот свет што нормално не сте го виделе. Пријателски локалните жители и шансата да се доживее домородните култура се, исто така, релативно поважни за меѓународната авто-диск група.

Во голем број се претставени во Табела 2,2, треба да се наведе дека предметите се идентификувани како различни од оние на другите групи, кој не се најважната ставка или предмети во целата мотивација / дестинација, на пример: пет предмети се сметаат за многу важна страна на сите групи; тоа се можностите да ги посетите дождовните шуми, шанса да избегаат зафатениот живот, активности за целото семејство, широк спектар на нештата, да се направи место да се зборува за кога ќе се дојде дома, и пристап до Пустина на мотивациони истражување. Повторно на важноста на тековната шема на база пристап кон мотивационите истражувања може да се нагласи, бидејќи профилите се истражени од овде и претставуваат некоја дивергенција од севкупната база отколку значително различни независни резултати.



Поопшти прашања и насоки на истражувања

Наодите од ова студија на случај се илустрираат дури и во рамките на еден стил на транспорт. Постојат разлики меѓу мотивационите слични патник типови и понатамошните наоди на целиот случај на студија, како и целокупните мотивациони разлики и задоволни посетители кои своето искуство од својот личен одмор го препишуваат на животниот циклус и останатиот демографски диференции.

Постојат многу можности за поединечни студии кои го поедноставнуваат нашето разбирање за транспортот и нашата улога во целокупното туристичко искуство. Пронаоѓајќи внимание на патничкиот сообраќај и самостојниот сообраќаен пазар, и за сето ова делува активна истражувачка политика која собира демографски материјал од патиштата конкретно за несреќите и повредите настанати на истите (Wilks et al.2000). Одговорите од посетителите за предупредувачките информации за постојаните услови на патиштата можат да бидат развиени како дел од новата превентивна програма за поддршка на овој тип на патување (Peach & Bath 1999).

Друга област за развивање на подобри услови за патувањето на туристите. Неважен проблем се идентификува во постојачката студија на случај преку временските услови или контактот на туристите со другите луѓе, особено со децата, и целокупната композиција на патувањето се изразува преку мотивационите потреби и активности на целата група. Постојат и други начини преку кои оваа композиција на патувањето може детално да се истражи и да се присоедини кон изборот на транспортот. На пример искуствата на самосталните патувачи може да бидат споредени на полето од различните видови на транспорт. Налик слична ваква композиција на патување со животниот циклус и неговите етапи како што се: патувањата без деца, фамилијарните патувања, пензионерските патувања и поединечни групи на поединечни тури и сите тие може меѓусебно да се споредат.

Понатамошни можности на понудата за барање мотивациски профили и транспорт, може да биде подостапна преку употребата на поединечни транспортни стилови и типови на патувања на патниците кои предходно имале некое искуство и самодоверба. Овој сет на студии во себе може да вклучува и ретроспективни истражувања кои се повикуваат на користењето на различните видови на транспорт и кариерата на патниците поединечно. Денес исто така овој проблем кој што се однесува на тоа како се користи транспортот постојат нови истражувања за можните промени кое иднината ќе ги донесе.

Понатамошна можност за истражувачка работа на ова поле се надоврзува со студии за концептуалната мапа. Поединечно различните видови на работа кои што се опишуваат во ова поглавје може да се повторуваат за улогите на транспортот кои се дефинираат како интегрирани, функционални и значајни. Сетоа ова може да се



предвиди преку различните обрасци кои се водат според сегментите веќе анализирани и постоечки на пазарот. Постои надеж, како и да е активните намерни истражувања на мотивацијата и транспортната улога се категоризира како поединечна во иднина.

Признанија

Авторите би сакале да ги признаат напорите на Anne Norris за асистирањето во статистичките анализи. Ова дело беше делумно финансирано од Rainforest CRC.

References

- Banister, D. (Ed.) (1995). Транспорт и урбан развој. London: E. & F. N. Spon.
- Black, N. & Clark, A. (1998). Туризмот во северозападен Квисленд 1996. Туристички карактеристики, бројки и патнички маани. Townsville, Australija: Tropical Savannas CRC.
- Black, N & Rutledge, J. (1995). The Outback: Автентична Австралиска авантура. Townsville, Australija: James Cook University Press.
- Bull, A. (1996).
- Burton, R. J. C. (1994). Географски обрасци на туризмот во Европа. In: C. P. Cooper & A. Lockwood (Eds), прогрес во туризмот, рекреација и угостителски менаџмент (пп.3-25). Chichester: Wiley.
- Crompton, J. (1979). Мотивација за пријатен одмор. Основи на туристичкото истражување. 6. 408-424.
- Douglas, N., & Douglas, N. (1996). P&O's Pacific. Туристички студии. 7(2). 2-14.
- Elby, D.W., & Molnar, L.J. (2002). Важност на споредните патишта во изборот на маршрутата. Туристи кои возат во САД. Истражување на преносот А. 36. 95-106.
- Erlander, S., & Stewart, N. F. (1990). Гравитационен модел на транспортните анализи: теорија и екстензии. Utrecht: VSP.
- Fesenmaier, D. (1988). Интегрирани активни обрасци во дестинацијата и во изборот на модели. Статија на основно истражување, 20(3), 175-191.
- Fodness, D. (1994). Неопходна туристичка мотивација, анализите на туристичкото истражување, 21(3), 555-581.
- Gee, C. Y., Makens, J. C., & Choy, D. J. L. (1989). Патничката индустрија(2nd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gunn, C. A. (1994). Туристичко планирање(3rd ed.). New York: Taylor and Francis.
- Gunn, C. (1988). Туристичко планирање (2nd ed.). New York: Taylor and Francis.
- Iso-Ahola, S. (1982). Социо-психолошка теорија на туристичката мотивација: анализите забелешки на туристичкото истражување, 9(2), 256-262.
- Jafari, J. (Ed.) (2000). Енциклопедија на туризмот: Pergamon.
- Johnson, P., & Thomas, B. (Eds) (1992). Избор и барање во туризмот. London: Mansell.
- Kandampully, J., Mok, C., & Sparks, B. (2001). Услужен квалитетен менаџмент во угостителството: Туризам и слободно време . USA: Haworth Press.
- Kozac, M. (2001). Критичен преглед на пристапите кои водат до поголема сатисфакција на туристичките дестинации.. In: J. Mazanec, G. Crouch, J. R. Brent Rittchie. & A. Woodside (Eds). Consumer Psychology of Tourism Hospitality and Leisure (Vol. 2, pp. 303-320). Walingford. Oxon : CABI Publishing.
- Lee, U. -I., & Pearce, P. (2002). Патничка мотивација и патнички обрасци. In : Proceedings of First Asia Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism, 22 May 2002, Macao (pp. 17-35). Hong Kong : Hong Kong Polytechnic University :
- Lue, C., Crompton, J., & Fesemaier, D. (1993). Концепција на мулти-дестинационото задоволство. Annals of Tourism Research, 20(2). 289-301.
- McHugh, K., & Mings, R. C. (1992). Канадски снежни птици во Аризона. Journal of Applied Recreation Research, 17, 255-277 .



- McIntosh, R., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (1995). Туристички принципи, практики и филозофии. New York : Wiley .
- Mill, R. C., & Morrison. A. M. (1995). Туристички систем : Воведен текст . New Jersey : Prentice-Hall.
- Morrison, A. M., Hsieh, S., & O Leary. J. T. (1995). Сегменти од посетата на пријателите како туристичка понуда на туристичкиот пазар. *Journal of Tourism Studies*. 6(1). 48-63 .
- Moscardo, G., Morrison, A. M., Pearse, P. L., Lang. C. –T. & O Leary. J . T(1996a). Разбирање на дестинацијата, изборот и мотивационите активности. *Journal of Vacation Marketing*. 2(2), 109-122.
- Moscardo, G., Morrison, A., Cai, L., Nadkarni. N., & O Leary. J. (1996b). Туристички перспективи при крстарење. Мултидимензионални анализи за крстарањата и останатите типови на одмор. *Journal of Tourism Studies*. 7(2), 54-63.
- Murphy, L. (1997). Млади патници. Маркетинг и одлучувачки анализи. Unpublished doctoral dissertation, James Cook University, Townsville, Australia.
- Noe, F. P (1999). Туристички сервис за сатисфакција. Champaign, IL : Sagamore.
- Oliver, T. (2001). Туристички маршрути во културните дестинации. In : J. A. Mazanec. G . I. Crouch, J. Brent Ritchie, & A. G. Woodside (Eds). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure* (pp. 273-284). Wallingsford, Oxon : CABI.
- Opperman, M. (1997). Првпат посетители и повторни во Њу Зеланд. Туристички менаџмент, 18 (3), 177-181.
- Parolin, B. P. (2001). Структура на ден патувања во туризмот во регионот Нов Јужен Велс. *Весник на туристички студии*, 12 (1), 11-27.
- Peach, H. , & Bath, N. (1999). Болни посетители и безбедноста на информациите во Северен Квинсленд : големината на проблемот. *Весник на туристички студии*. 10 (2). 62-69.
- Pearce, P. L. (1981). Патни мапи : студија за перцепцијата на патниците на дел од земјата. *Весник за животна средина и психологија*. 1. 141- 155.
- Pearce, P. L. (1993). Основи на мотивацијата на туристот. Во: D. Pearce & R. Butler (EDS). *Туризам истражување: критики и предизвици* (стр. 85-105). Лондон: Rutledge и Kegan Paul.
- Pearce, P. L. (1999). Турнеи за задоволство: студии на високи самопатувачки пазари. *Туризам рекреација, истражување.*, 24 (1), 35-42.
- Pearce, P. L., & Fagence, M. (1996). Наследството на Kevin Lynch: истражување, импликации. *Аналите на туристичкото истражување*, 23, 576-598.
- Pearce , P., Morrison, A., & Rutledge, J. (1998). Туризмот: мостови низ континентот. Сиднеј: McGraw-Hill.
- Pearce, P. L., Morrison, A., Scott, N., O'Leary , J., Nadkarni , N ., & Moscardo, G. (1996). Празничен пазар во Квинсленд. Градење на разбирање на посетителите кои престојуваат во трговски сместување. Во: G . Prosser (ed.), *Туризам и угостителство истражувања* (стр. 427-442). Канбера: Бирото за туризам и истражување.
- Австралијска влада (2001). 2000-2001 годишниот извештај. Австралија: Туризам во Квинсленд.
- Ryan, C. (1998). Скала на патничката кариера : проценка. *Аналите на туристичкото истражување*, 25 (4). 936-957.
- Sen , A., & Smith, T. E. (1995) . Гравитација на модели на просторното интеракциско однесување. Берлин: Springer .
- Soemanto , R. B. (1995). Ниски трошоци за превоз и туризам. Профилот за улогата на бесак во развојот на туризмот во Surakarta, Централна Јава. Во: T. Sofield, & Sri Samiati Tarjana (EDS). *Профил на Јаванската култура* (стр. 33-36). Таунсвил: Џејмс Кук универзитет.
- Taplin, J. H. E. , & Qiu, M. (1997). Автомобилска патничка атракција и изборот на пат во Австралија. *Аналите на туристичките истражувања*, 24 (3), 624-637.
- Туризам во Квинсленд (2002, септември) Туризам во Квинсленд вести, издание 10. Туризам истражување. Австралија: Туризам во Квинсленд.



- Wahab, S. E. (1975). Управување со туризам. Лондон: Меѓународниот печат за туризам .
- Wallis, M. (1990). Route 66: матичниот пат во Њујорк: притиснете на Сент Мартин.
- Walmsley , D. J., & Jenkins , J. M. (1992). Туристички когнитивни мапи на непознати средини. Анализите на туристичкото истражување, 19 , 268-286.
- Wilks, J., Watson, B. , & Hansen , J. (2000). Меѓународни возачи и безбедноста на патиштата во Квинсленд, Австралија. Весник за туристички студии, 11 (2) , 36-43.
- Wood, D. F., & Johnson , J. C. (1993). Современ транспорт. Њујорк: Macmillan.
- Светска туристичка организација (WTO 1999). Меѓународниот туризам. Мадрид. Шпанија: WTO.
- Young, M. (1999). Когнитивни мапи на природно-седишните туристи. Анализите на туристичкото истражување, 26, 817-839.



VI. ШЕСТИ ДЕЛ, ТЕМА БР.3. МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ТУРИЗМОТ: Капитал и прашања на одржливост

Вовед

Ова поглавје настојува да ги обработи прашањата за капитал и одржливост поврзани со сообраќајот во туризмот. Покрај тоа што прашањата на одржливост беа доведени во преден план на академските и до одреден степен и во јавните дискусии, и во сообраќајната и туристичката политичка сцена, мала синергија или комплементарност е постигната помеѓу сообраќајните и туристичките дебати во врска со влијанието на сообраќајните екстерни трошоци произлезени од домашните населенија и опкружување во областите на туристичките дестинации.

Рамка

Во регионите на туристичките дестинации, побарувачката за транспорт може да биде концептуализирана во услови на три идеални категории на транспортни корисници, сите потенцијално се натпреваруваат меѓусебно за сообраќај и сообраќаен простор во однос на пристапот за јавен транспорт и простор за сообраќај, вклучувајќи паркирање, велосипедизам и место за пешаци:

- **Домашната заедница: жителите на дестинацијата кои не се директно вклучени во туристичката индустрија но кои се наоѓаат во ситуација да се натправаруваат со туристите како и со вработените во туристичката индустрија;**
- **Вработените во туристичката индустрија-кои можат да бидат повлечени од домашната заедница или можат да бидат новодојдени од други делови на регионот или земјата, или од друга земја-и кои може да имаат одредени транспортни потреби поради барањата за неконвенционалните работни часови на туризмот; и,**
- **Туристи кои може или не може да употребуваат специјален, диференцијален транспорт.**

Претерано упростување на комплексниот домен на односи помеѓу, и релативни идентитети, на “домаќин” и “гостин” (e.g. Kohn 1997), како рамка за адресирање на конкуренцијата за пристап до транспортот и сообраќајно место, оваа категоризација овозможува потенцијално корисна концептуална рамка со помош на која да се испита капиталот и одржливоста на односите помеѓу гостите и домаќините преку сообраќајниот пристап и употреба.

Едно очигледно ограничување при развојот на литература во оваа област е способноста или на друг начин на идентификување на туристичкиот сообраќај како дискретен функционален ентитет за аналитички и начелни намени (Halsall 1992: Page 1994, 1999:2). Ова ги рефлектира очигледните логистички проблеми кои:



а) туристичкиот сообраќај опфаќа разновиден опсег на методи, функции, просторни односи, и сопственички модели;

б) сообраќајните форми можат да бидат употребени ексклузивно за туристички потреби (чартер авиони, автобуси за екскурзии, прекуокеански туристички бродови, транспорт на наследство), делумно (редовни авиоуслуги, експресни автобуси, такси, рентакар, возови за долги дестинации, траекти), повремено (приватни автомобили, локален јавен транспорт за време на сезона во туристичката дестинација), или ретко (приватен и јавен транспорт); и

в) сообраќајните форми можат да бидат применети за туристички потреби експлицитно (чартер компаниски авиотранспорт, автобуси за екскурзии, бродови за крстарење), или анонимно (рентакар, приватни автомобили).

Препознавањето на овие аналитички и концептуални прашања помага за поставување на контекстот со помош на кој може да се идентификува начинот на кој транспортот може да го зајакне и артикулира капиталот и прашањата на одржливост во меѓународниот туризам. Концептуализацијата на вакви односи може да биде особено лимитирана од страна на културниот контекст. Значајно во овој поглед е поделбата помеѓу помалку развиени општества каде туристичкиот транспорт може да биде конципиран како инструмент и/или симбол на диференцијација и нееднаквост (e.g. Simon 1996), и економско развиените општества каде многу малата диференцијација помеѓу транспортот на домашните и гостите, вработен и рекреативец, може да наметне практични административни и плански проблеми за адресирање на начините на справување со екстерните трошоци на различните транспортни функции (Oberholzer-Gee & Weck-Hannemann 2002). Во ова поглавје, оваа поделба ќе биде употребена за артикулирање на капиталот и прашањата на одржливост, респективно.

Капитални прашања

Во помалку развиените општества, улогата на транспортерот како потенцијален регулатор кој ги одржува контактите, ограничувачки или охрабрувачки домашно-туристички интеракции, можат да бидат имплицитни наместо експлицитни. Политиката за плановите на патување, транспортниот режим и регуларноста, можат да наметнат значајни економски, социјални и еколошки бенефиции или слабости за домашната популација. Заработката и различностите во стилот на живеење помеѓу туристите и локалната популација



може да биде изразена во контрастот помеѓу, на пример, климатизиран туристички транспорт и локалните пара-транзитни начини, или помеѓу модерен бетонски и стаклен меѓународен аеродром и непробоен, густо населени спонтани населби на сиромашни емигранти лоцирани веднаш до нивниот периметар. Во таков случај, туристичкиот сообраќај може да служи како симбол кој поттикнува поглед кон нееднаквоста, непристапноста, релативното одрекување и/или демонстрационен ефект (e.g. погледни Seaton 1997, во контекст на Куба).

Улогата на туризмот во зацврстувањето на експлицитната неправичност може да се влоши и “институционализира” каде што чартер операторите и мултинационалните синџири го промовираат нивниот сопствен транспорт и екскурзии. Тие можат да го постигнат ова со ангажирање на работници надвор од домашниот регион, кои можат да бидат поттикнати да обезбедат минимални или дури и лажни информации во врска со транспортните видови кои се во локална сопственост за нивните клиенти, можеби поради вистинско (сепак поттикнато) лично незнаење, со цел задржување на нивните обичаи. (e.g. погледни Kalisch 1997). Ова може да биде придружено со големи предупредувања за избегнување на одредени места или области, можеби повторно поради комерцијалната конкуренција. Ова зајакнувањето на сегрегацијата домаќин-гостин произлегува од (Западните) мултинационални туристички организации, кое може да се смета како резултат на “корпоративно апсолутистичкиот” став.

Во земјите чии влади ги следеле “корпоративно апсолутистичките” идеологии, промислената издвојување на туристите од домашната популација може да биде институционализирана во обид за попречување на било која идеологија, културна или финансиска зараза од странците врз локалните жители. Под вакви услови, туристичкиот транспорт може да биде интерпретиран како политички инструмент и симбол на основната политичка филозофија, која може да биде изразена низ процес на меѓусебно исклучување. На пример, под нео-сталинистичките идеолошки околности, порано во Албанија, и сеуште во Северна Кореа, странските туристи се советуваат да не го користат јавниот транспорт без придружба. Наместо, тие се скоро херметички затворени со државниот јавен транспорт кој се нуди многу експлицитно, ексклузивно и недостапно за “домашната” популација со широк асортиман на високо



административни ограничувања (Hall 1990). Во “револуционерната” Куба, од шеесеттите до деведесеттите години на 20 век, локалните жители имаа легална забрана за поседување и превземање на трансакции во странски валути. Ова ефективно ги исклучува нив од меѓународните туристички функции (кои, донекаде иронично, вршат трансакции ексклузивно во американски долари), вклучувајќи ги туристичките такси и автобуси (Hall 1992,2001; Seaton 1997). Секако, во контекст на овие формални забрани, делотворноста на “црниот пазар” и активноста на сивата економија е стимулирана, иако во голема мера незабележана. На пример, резервните делови наменети за туристичкиот транспорт може да биде распространето преку локалната неформална економија.

Одамна е прифатено дека туризмот може да прикаже престиж и пропагандна улога, обидувајќи се да го репрезентира “доброто лице” на еден регион или земја пред останатиот дел од светот. Улогите кои транспортот може да ги има од овој аспект вклучуваат:

- (а) одредување на високо квалитетни вештини во кои спаѓа и транспортот, и
- (б) со пропишување на туристички планови за патување кои можат внимателно да бидат менаџирани од домашните власти на начин на кој може да се исклучи, или барем минимизира, можноста за конфронтирање на странските посетители со негативни слики за домашната заедница и средина.

Како одговор на ова, самата природа на транспортот употребена како инструмент на таквата политика може да се јави како извор на гордост за локалната популација, или може да произлезе исто така и како извор на љубомора и објект на омраза во неговиот симболизам на нееднаквоста домаќин-гостин и на репресивната и хипокритичка природа на политичкиот режим на земјата домаќин.

Глобализираната природа на туризмот за океанско крстарење (Wood 2000) покренува бројни прашања во однос на капиталот. Најпрво, самата големина на бродовите за крстарење симболизира висока концентрираност на мултинационален капитал. Тие поминуваат поголем дел од времето во меѓународни води, само кратко посетувајќи фаворизирани пристаништа, каде што трошковните заштеди може да бидат реализирани со искористување на предностите на дестинациите кои што нудат ефтино и ниско даночно складиште на гориво. Второ, екипажот на бродовите за крстарење



претставуваат диверзифицирана работна сила која доаѓа од околу 50 земји на еден брод. Ваквата глобално-регрутирана работна сила е често распоредена во три групи-офицери, персонал, и екипаж- кои имаат одделни места за живеење, одделени места за јадење, и различни правила за работа во однос на интеракцијата со патниците. Тие исто така уживаат различни нивоа на примања, со најчесто чиста етничка дистинкција додадена на хиерархиската дивизија. Трето, Избегнувањето на националните и меѓународните закони е главна карактеристика на бродовите за крстарење. Трето, со употребата на знамиња на припадност се заобиколуваат законите за работни односи на матичните земји, таксите и морските закони. Всушност, развојот на крстарењата беше потпомогната од климата на дерегулација и расположливоста на големиот број на флексибилна и ефтина имигрантска работна сила. Екипажот на бродовите обележени со знамиња се предмет на законите на земјата во која бродот го носи знамето, и во повеќето земји законите за работни односи кои ги заштитуваат правата на работниците виртуелно не постојат. Иако доминирано од американскиот пазар, не секој брод кој патува низ карибската територија носи американско знаме. На пример, Royal Caribbean Cruise Lines, иако базирана во Флорида, е регистрирана како корпорација во Либија и е проценето дека заштедува околу \$30 милиони годишно од неплаќање на данок на САД со регистрирање на нивните бродови како FOC.

ПРАШАЊА НА ОДРЖЛИВОСТ

Во развиените земји, суштинската литература за влијанието на туризмот повремено ги адресира политичките и социјалните димензии на екстерните трошоци на транспортот. Во дебатите за патарините, трошоците за застој, таксите за издувни гасови и другите механизми кои бараат плаќање и/или намалување на патните трошоци во сообраќајот, диференцијацијата на туристите и локалните граѓани кои се натпреваруваат за место во сообраќајот ретко се адресира, воглавно поради потенцијалните тешкотии за имплементација на дискриминаторски закон. Слично на тоа, конкуренцијата помеѓу туристите и локалното население за употребата на јавниот транспорт ретко привлекува критична анализа.

Во повеќето делови на светот, урбаните средини носат голем дел од товарот на зголемениот притисок на туризмот, како крајбрежните



одмаралишта, главните градови на историските локации. Повеќето страдаат од сообраќајни застои и загадување и повеќето имаат недостиг од адекватни законски регулации за да се соочат со овие предизвици кои и двете имаат негативни економски ефекти и влијаат кон намалување на квалитетот на живеење за повеќето жители и туристи. Во ЕУ, повеќе од 90% од трошоците за екстерналии за транспорт поттекнуваат од сообраќајниот транспорт, моторните возила, главната форма на туристички транспорт, заземајќи околу 60%.

Покрај тоа што одржливоста на туристичката активност претставува мошне дискутиран и оспорен концепт, значајната литература за влијанието на туризмот ретко ги адресира екстерналиите и нееднаквостите кои произлегуваат од транспортот, и потоа често на глобално ниво во контекст на влијанието на авиотранспортот.

Контрадикциите на моторните возила буквално спроведувајќи го возилото за повеќе и различна рекреација и туристички активности притоа предизвикувајќи веројатно неповратна локална и глобална штета во процесот, е искажано со фактот дека:

(а) сообраќајниот транспорт и конкретно моторното возило е најнесоодветна форма на транспорт во поглед на неговото влијание врз средината и општеството; претставува една од најголемите закани за физичкото и социјално-културното живо суштество, особено во популарните рурални дестинации; сепак

(б) за индивидуалниот турист колата е еден од најевтината и најсоодветната и флексибилна форма на моторизиран транспорт; и

(в) за повеќето влади, особено во периодот од седумдесеттите до деведесеттите години, провизијата за адекватниот сообраќаен капацитет за предвидените нивоа на сообраќај се сметаше да обезбеди максимална мобилност во економијата.

Постојат неколку менаџмент пристапи кои можат да се искористат во борбата со проблемите во употребата на моторните возила, првите две кои не се одржливи:

- Да не се преземе ништо: Овозможувајќи застој за да делува како свој сопствен заплашувач е наједноставниот и најнегативниот пристап. Секако пошироките импликации врз средината од ваквиот пристап се во



голема мера значајни, и додека застојот е најчесто локализирана и повремена, може да се јави како главно средство за потенцијална посета од страна на туристите и компаниите за туристички транспорт.

- Предвидува и овозможува: подобрување на сообраќајната мрежа и провизијата за паркирање. Но изградбата на нови патишта, надградување на постоечките и овозможување на повеќе паркинг простор може да придонесе за подобрување на пристапноста на краток рок и се јавува како атрактивно за посетителите, и како такво се стреми кон генерирање на уште повеќе сообраќај во самоодржувачка спирала.

Од повеќето позитивни политички инструменти расположливи за ограничувањето на употребата на моторниот транспорт, постојат рестриктивни политики, економски стимулации/дестимулации, политики за поттикнување на промените, интегрирано планирање на употребата на земјиштето, приоритет за јавниот транспорт, поддршка за “зелените” методи, и апликација на технолошките иновации. Првите три ќе бидат кратко разгледани во врска со екстерналиите од туристичкиот притисок и прашањата на диференцијација помеѓу употребата на транспорт за одмор или работа.

Рестриктивни политики

Конвенционалната разумност препорачува дека секоја рестриктивна политика треба да ги искористи целите со широк опсег за добивање на јавна поддршка. Како и да е, во областите на туристичките дестинации, компонентите од таа средина-домашната заедница и посетителите-може да имаат многу различни аспирации и стекнати интереси. На пример, сообраќајните рестрикции во централна Атина и во италијанските градови како Фиренца наметнати поради експлицитни општествени причини, со намера да влијаат индискриминативно како кај сообраќајот за туристички и за работни потреби кај овие експлицитни туристички градоци. Со постоечкиот глобален раст на урбаниот туризам и пост-индустрискиот изглед доколку ние сите би се јавиле како потенцијални туристи и/или субјекти на туризмот, опасноста од појава на конфликти и навредување е зголемена. Ова не е само едноставно помеѓу транспортните корисници, како што е илустрирано како во случајот кога жителите на историскиот град Бад во Велика Британија се спротиставија на бучавата и непријатноста од двокатните автобуси со отворени покриви за разгледување со коментари во живо кои



поминуваат покрај нивните згради со туристи набљудувачи во висина на нивните соби за спиење.

Обележувањето на сообраќајните слободни зони-неопходни за туристички пристап, и оценување на градските центри каде што значајна пропорција на урбаната област на културно наследните атракции може да се најде најчесто наидува на иницијален отпор од трговците на мало. Тие сметаат дека недостигот на моторизиран пристап до нивните деловни простори ќе резултира во губење на купувачи (како и креирање на потенцијални тешкотии за добавувачите). Сепак, поддршката за плановите за ограничување најчесто се зголемува по нивното претставување, бидејќи возачите и трговците на мало ги согледуваат нивните бенефиции. Покрај тоа, значаен потенцијал за развојот на рекреацијата базирана на улиците се јавува со слободните сообраќајни зони. Конвенционалната улична рекреација како социјализирање, игра и уличниот шопинг се зголемуваат, додека отстранувањето на сообраќајот и неговата емисија ги намалува здравствените закани, го поттикнува екстерното чистење и реновирање на зградите. Понатаму, обезбедувањето на уличен “мебел” како места за седење за стари изнемоштени лица, постари и физички немобилни луѓе, и посадувањето на цвеќиња и друго зеленило.

Впрочем, ослободувањето на простор за проширувањето на урбаните зелени површини може да се јави како значајна фаза за рекреационата интеракција помеѓу посетителите и локалните жители. Иронично, успехот на ваквите стратегии може да резултираат со притисок врз туристите и натрупување толку големо што дури и во површината за пешаци ќе се јави потреба од ограничување на пристапот за да им се даде до знаење на товарните возила, како, на пример, предлогот за пренатрупаниот мост Чарлс во Прага.

Дебатата во врска со сообраќајниот пристап до, и проблемите со застои во, руралните меки како националните паркови има долга историја. Во Велика Британија, околу половината од растот на патничкиот сообраќај во руралните места во деведесеттите беше поврзано со туризмот, со преку 90% посетители до националните паркови во Англија и Велс кои пристигнуваат со коли. Транспортните импликации на новите форми на рурален-особено активност-туризам беа пред се:



- (1.) Додатното големо потпирање на приватниот моторен транспорт поради потребата од превоз на гломазни предмети како голф или ски опрема, даски за сурфање итн.**
- (2.) Пенетрацијата на сообраќајот во подистанцирани рурални локации, кои е поверојатно да бидат изолирани од јавните сообраќајни линии.**
- (3.) Веројатноста за зголемена натрупеност и застој, особено во шпицот на сезоната, предизвикувајќи голема тешкотија за обата руралните жители и посетителите.**

Ова има импликации (а) за негативно влијание врз средината, во генерирање то атмосферско загадување (конкретно карбон диоксид) и потенцијални сообраќајни незгоди; и (б) за социјалните исклучените процеси, каде што оние кои не можат да си дозволат или кои немаат пристап до персонализиран моторен сообраќај се виртуелно исклучени од овие рекреациони активности.

Политиката на националните паркови во однос на сообраќајниот менаџмент се јавуваат како одредени видови, како овозможувањ на паркинг-и-пат простор и зони во кои постои отстранување на автомобилите. На пример, дел од сервисот Мурсбус наменет за националниот парк северен Сорк Мурс се смета дека заштедил преку 100.000 милји на рекреациони автомобилски патувања годишно. Во долината Дервент во националниот парк Пик Дистрикт, патиштата беа затворени за моторизиран сообраќај и посетителите беа поттикнати да го истражат регионот со велосипеди. Во САД, употребата на приватни коли е забранена во националниот парк Јосемит и посетителите се присилени да го користат овозможениот транспортен систем. Но генерално, ваквите планови се остварливи само во контролирани области каде што пристапот може да биде забранет и најчесто се смета за непопуларно со доволните пропорции на електоратите за обезбедување на поддршка од политичарите. Како резултат на тоа, релативно мало влијание се чини е употребено за соодветниот избор, иако неколку германски автори се оптимисти.

Економски стимулатори/дестимулатори

Воведувањето на даночни и/или економски дестимулаторски мерки се стреми да ги зголеми релативните трошоци на моторното патување со цел да се прикаже неговиот вистински екстерен трошок за општеството. Исто така треба да се стреми кон поттикнувањето на промени во употребата на законодавството во земјата кој влијае како врз рекреационите така и врз



нерекреационите патнични навики. Но имплементацијата на законодавството беше непотполна; како релативно изолиран пример може да се употреби данокот поврзан со карбон во Шведска во 1990 година кој беше ревидиран повеќе во 1994 година. Оценувањето на урбаните патишта и таксирањето на застоите е доста дискутирано, и се јавува како еден вид на политички фудбал во големите градови како Единбург и Лондон.

Теоретски, отворениот пристап кон патните мрежи може да биде ограничено преку лиценцирање на системи во одредени области или со применување на електронско далечинско наплаќање. Различни нивоа на цени можат да бидат применети во зависност од времето во денот и условите на патот. Преседани за различното таксирање постои во искуството со менаџирањето на надоместоците за јавниот транспорт, особено во обидите за одвраќање од дискреционото патување за време на шпиц периодот. Поголем дел од туристичкиот сообраќаен транспорт, на пример, може потенцијално да биде отстрането од сообраќајното шпиц време, со оглед на вообичаената дискрециона природа на патувањето на одмор. Таксирањето за штета на патот може да се поврзе со должината на патувањето на автомобилот, неговата тежина и бројот на осовини: ова може еднакво да се примени на туристичките автобуси, моторните каравани и возилата за шлеп служба како и за камионите. Доказите од Норвешка барем, препорачуваат дека како што луѓето се привикнуваат на нив, системите за наплата стануваат полесни за поттикнување на ограничување на сообраќајот и за стимулирање на наплатата на застоите.

Идеален збир на законски инструменти би биле способни за разликување на трошоците помеѓу возилата во однос на емисијата, факторите на застој и такви варијабли како патничка функција, вклучувајќи дали тие се употребуваат формално за туристички потреби. Оваа последна димензија наметнува логисички проблеми на имплементација: доколку како таргет се земат рент-а-кар автомобили, на пример, како нивната намена за употреба може да се разликува. За автомобилите во приватна сопственост задачата е уште потешка: многу малку возачи би се обврзале кон високо одговорни активности ако можат да се отргнат со плаќање на пониска тарифа. Развојот на информатичката технологија креираше такви техничко можни закони, но адресирањето на нивните политички, социјални, културни и психолошки



компоненти бара имагинација и сила за намена. Со електронското праќање на патната преполнетост и системот за патничка квота, Сингапур често се цитира како еден од најдобрите примери за тоа што би можело да се направи со силна политичка волја. Како и да е, најчесто се смета дека во “Западните демократии” промената на ставот и однесувањето треба да биде донесен со образование и информации наместо со наметнување, особено во лицето на значајните групи со политички интерес како патната аула.

Промена на ставот и однесувањето

Политиките за намалување на негативните екстерналии на транспортната употреба треба да се стреми кон менувањето на ставовите на бројни нивоа на обата, јавната и политичката свесност. Образовните кампањи, преку таргетираните информации, публицитет и општествените програми треба да ги истакне целосните екстерни ефекти на патничкото однесување за да поттикне прифаќање и разбирање на потребата од промена, и да ги промени ставовите во однос на употребата на методите-без автомобил како јавен транспорт, велосипедизам и пешачење-со промовирање на нивните позитивни аспекти. Ова ја опфаќа заедничката повод со потрагата на одржлив туризам кој бара туристите да бидат едуцирани во поглед на сензитивноста на нивната културно и еколошко однесување-до точката на развој на кодови на однесување-и за туристичките компании и за глобалната туристичка индустрија за прифаќање на филозофиите и практикување, опфаќање на виталните идеали. Како и да е, имплицитно во двете но ретко експлицитно изразени, и никогаш од туристичката индустрија, е еколошкиот поволен ефект кој би го довел помалото патување. Во ера на зголемено време за одмор и патувањето на долги патеки, кога слободата за патување е изедначена со демократијата и човечките права, рестрикциите на патувањето, како што сегашните урбани застои покажуваат, се политички тешки за донесување.

Сепак со јасно глобално влијание на сообраќајната емисија, и особено од воздухопловството, растечката мобилност може да има потреба од идно глобално рационализирање и процесот на алокација покрај таа на слободниот пазар. Потенцијалните алтернативи-туризмот на виртуелната реалност, космоскиот туризам или подморскиот туризам-сите би изгледале дека имаат доста ограничувачки лимитации.



Преку експанзијата и дифузијата на информационата технологија, стана конвенционална мудрост дека многу работни места традиционално изведени во градските центри може да биде постигнато ефективно дома, притоа редуцирајќи ја потребата од патување до работа. Како услужна индустрија, како и да е, голем број од туристичката вработеност е базирана на лице со лице активност. Ако туристичките центри и комплексите за одмор може да биде видено како фабрики на дваесет и првиот век, туристичките работодавци треба да тежнеат кон непосредни начини за влијание на патничкото однесување. Ова може да биде преку прифаќањето на интегрираните планови за нивните вработени, дирекција со која белите документи за транспортот за Велика Британија покажаа, иако тие не беа целосно проследени во апликацијата на законите во лицето на моќните приватни лобии. Но туризмот се стреми кон карактеризирање со голем број на мали компании за кои “зелените” транспортни планови се потешки за менаџирање и надгледување.

Заклучок

Ова поглавје покренува неколку аналитички прашања во однос на актуелните и симболични репрезентации на капитал изразено во одмор и туристичка мобилност и импликациите на одржливоста за екстерналиите кои произлегуваат од ваквата мобилност. Вакви прашања имаат значење за членовите на домашната заедница, транспорт и планирање за употреба на земјиштето во локалните области, туристи и туристичката индустрија. Во оваа рамка, поглавјето истражи два вида на прашања кои се чини дека се запоставени на интерфејсот на литературата за транспорт и туризам.

Во однос на правичноста, транспортот има потенцијал да се однесува како чувар на културниот договор, наметнувајќи или поттикнувајќи интеракција домаќин-турист и експлицитно предизвикувајќи неправичност. Како што е прикажано во случајот на туризмот за крстарење, може доста експлицитно да се однесува кон експлоатирање на глобализацијата на работниот труд и капитал за вработување во туристичката индустрија. Во однос на одржливоста, транспортот предизвикува значајни екстерни ефекти, како што е потврдено со растечкиот аларм во однос на растот и влијанието на меѓународниот авио транспорт на глобално ниво. Но додека долго време постои загриженост во однос на локалните влијанија на процесите на



туристичкиот развој, улогата на туристичката мобилност на локално ниво се стреми да не биде сместена во истакнати позиции во дебатите за екстерните ефекти. Во адресирањето на вредносните механизми за екстерналиите за патен транспорт, диференцијацијата на туристи и локални жители е проблематично но не ненадмината.

Одржливоста е клучен главен концепт како во транспортот така и во туристичките закони, и се однесува како област на практична имплементација спојувајќи две функции и области на владино законодавство заедно како стратегиите поврзани со рекреација во склоп на локалните транспортни планови. Но неговото реализирање продолжува да спречено од:

- (а) нашето релативно слабо знаење и разбирање на комплексните планови на активностите поврзани со туризмот,**
- (б) скоро универзалното одвојување на транспортната и туристичката одговорност помеѓу различните (и често конкурентните) владини министри, и**
- (в) поделената природа на индустријата во безбројните приватни, јавни и волонтерски тела вклучени во имплементацијата.**

Користена литература

1. Алстранд, И. (2001), Политика на транспорт, инвестиција и вреднување во Стокхолм, Дневник за транспорт, Економија и Законодавство 35 (3), 473-490
2. Бул, А. О. (1996) Економија на крстарење, Примена на пазарот на кратки океански крузери
3. Чарлтон, Ц. (1998). Јавен транспорт и одржлив туризам: Случајот на Девон и Корнвел железничко партнерство. Во: Ц. М. Хал & А. А. Лу (Изд.) Одржлив туризам: Географска перспектива (стр. 132-145), Харлов: Лонгман
4. Чу, С. (2002). Аукциски права за сопственост на возилото: Искуството во Сингапур со затворени тендери. Транспортно истражување Дел А: Закон и Практика, 36 (6) 555-561.
5. Колман, Ц. (1997). Туристички сообраќај во Англиските национални паркови-иновативен пристап кон менаџментот. Журнал на Туристички студии 8, 2-15.



6. Колман, Ц. (2000). Зелени планови за замена и малиот работодавач: Истражување во односите и полисата на малиот работодавец кон патувањето на персоналот и зелените планови, Транспортна полиса, 7 (2), 139-148.
7. Комисија за околината (1996). Мир во парковите-но многу коли, открива истражувањето. Комисија за околината јавен прес
8. Крафорд И. А. (2000). Дистрибуционите ефекти на предложената шема за наплаќање на гужвата во Лондон, Лондон: Институт за Фискални студии, Брифна нота бр. 11
9. Кулинан, С. & Кулнан Е. (1999), Ставови кон сообраќајните проблеми и јавниот транспорт во Дартмур и националниот парк Езерска област, Дневник за географскиот транспорт, 7 (1) 79-87.
10. Кулинан, С. & Строкс Г. (1998). Рурална полиса за транспорт, Оксфорд: Пергамон.
11. ДЕТР (Департман за Средината, Транспорт и Регионите) (1998). Нов договор за транспорт, Лондон: Стационарирана канцеларија.
12. Доерти, И. (1999) Правејќи насоки: Политиките на локалниот железнички транспорт. Алдершот. Ешгејт.
13. Еатон. Б. & Холдинг. Д. (1996). Евалуацијата на алтернативите за јавен транспорт за колите во Велика Британија. Дневник за Транспортната географија, 4 (1) 55-65
14. Фителсон, Е. (2002). Вовед за димензиите на капиталот за средината во одржливиот транспорт: Прашања и падови. Транспортно истражување Дел Д: Транспорт и Средина, 7 (2). 99-118
15. Франц, Д. (1999). Дупки во морските закони го штитат загадувањето со крузерските линии. Њујорк Тајмс, Јануари 3.
16. Геислер, С. (2001) Телекомуникации и локалната економија: Некои законски прашања кои се појавуваат. Локална Економија, 6. 116-136.
17. Гримс, С. (2001). Проширување на информациското општество кон урбаните локации. Преглед и реалност. Во: Л. Робертс & Д. Хол (Изд.), Рурален туризам и рекреација: Принципи за Пракса (стр. 106-110). Волингфорд: ЦАБ Интернационал.



18. Кон, Т. (1997), Вклучување на островот и растечкиот туризам. Во: С. Абрам, Ј. Валдрен & Д. В. Л. Маклеод (Изд.), Туристи и туризам: Идентификување со луѓето и местата (стр. 13-28) Оксфорд: Берг.
19. Ларсен, О. И. & Остмие (2001) Искуството на урбаните кордони за патарина во Норвешка: Лекции за иднината: Дневник за транспортната економија и полиса, 35 (3), 473-490.
20. Мадисон, Д., Пиерс, Д., Јохансон, О. Калтроп, Е., Литман, Т. & Верхеф, Е. (1996). Блупринт 5: Вистинските трошоци за патниот транспорт. Лондон: Земјенскенер.
21. Симпсон, Ф. Р. (1997) Планирање, конзервација и туризам: Споредба на анализата на капацитетот во Единбург и Прага. Необјавена д-р. Теза, Хериот-Ват Универзитет, Единбург.
22. Стернер, Т. (1994) Даночна реформа на средината. Шведско искуство. Европска средина, 4 (6), 20-25
23. Стивенсон, Г. (1997) Добриот, лошиот и грдиот: Пост-комунистички туризам во Чешка. Туризам, 92, 12-13
24. Стредлинг, С. Г., Медос, М. Л. & Бети С. (2001), Помагање на возачите надвор од нивните возила: Транспортен нацрт за интегрирање и социјална психологија за одржлива промена, Транспортен нацрт, 7 (3), 207-215.
25. Вилијамс, С. (1995). Надворешна рекреација и урбаната средина. Лондон: Рутлеџ.
26. Вуд, Р. Е. (2000). Карибски бродски туризам: Глобализација на море. Летописи за Туристичко истражување, 27 (2), 345-370.
27. Рајт, Ц. & Еган, Ј. (2001). Де-маркетинирање на колата. Летописи на туристичко истражување, 27 (2), 345-370.
28. Бутон, К. (1993) *Транспорт, средината и економските регулативи*, Едвард Елгар Издавачка куќа, САД.
29. Катер, Е. и Г. Ловман (изданија) (1994) *Екотуризам: Одржлива опција?* Џон Вил и Браќата, Велика Британија.
30. Капинери, Ц. и Г. Спинели (2002) Влијанието на дневниот туризам врз средината и одржливоста: Севернозападниот Медитерански арк. Во Црно, В.Р. и П. Нијкамп (изданија) *Социјална промена и одржлив транспорт*, Блумингтон и Индианаполис: Индијана Издавачки Центар.



31. Кроал, Ј. (1995) *Зачувување или уништување: Туризмот и средината*, Калусте Гулбенкиан Фондација, Лондон
 32. Акут, М.З. и Ј.С. Доџсон (1997) Контролирање на влијанието на транспортот врз средината: Споредување на инструментите со целите, *Transportation Research Истражување на транспортот Д*, Вол.2, бр. 1, 17-33.
 33. Броман, Ј. (1996) Нови правци во туризмот за трети земји во развој, *Извештај за истражување на туризмот*, Вол.23, Бр. 1, 48-70.
 34. Бакли, Р. (1996) Одржлив туризам: Технички проблеми и информациона потреби, *Извештаи за истражување на туризмот*, Вол. 23, Бр. 1, 925-928.
 35. Колман, Ц. (1997) Туристички сообраќај во Англиските национални паркови---Иновативен пристап кон менаџментот, *Дневник за студии по туризам*, Вол.8, Бр.1, 2-15.
- Кулпан, Р. (1987) Модел на интернационален туризам за земјите во развој, *Извештај за Туризам Истражување*



ТЕМА. БР. 4. Одржливата мобилност на сообраќајот и нејзините импликации во меѓународниот туризам

Вовед

Моменталните високи нивоа на туризам во светот се должат во голем дел поради развојот на сообраќајните системи низ минатите неколку декади. Сите форми на туризам, без разлика дали е дневно возење на велосипед во Црната Шума во Германија или патување со автомобил до камените планини, или пак авионски лет до Шкотска за одмор со играње голф, сето ова бара користење на овие или други сообраќајни системи или превозни средства. Низ минатите десетина години истражувачите започнале да се прашуваат дали овие исти сообраќајни системи се само одржливи имајќи ги во предвид надворешните небитни карактеристики генерирани од нивното постоење. Ако овие сообраќајни системи се неодржливи тогаш не можеме да очекуваме дека туризмот кој зависи од нив дека мора да е неодржлив, но дали е ова точен заклучок?

Целта на ова подглавје е да се истражи природата на одржливата мобилност како е поврзана и влијае на туризмот. Започнуваме со дискусија за природата на моменталните сообраќајни системи и што е тоа што ги прави не – одржливи. Ова е проследено со испитување на начинот на кој туризмот и сообраќајот се поврзани. Економската природа на туризмот мора секогаш да е проверена бидејќи може да генерира бенифиции кои ги надминуваат негативните надворешни карактеристики од сообраќајниот сектор. Индекс на одржливата мобилност (подвижност) е разгледан и се користи да се провери интеракцијата на одржливоста и мобилноста. Ќе донесеме заклучок со преглед дали туризмот е одржлив врз основа на неговата зависност од сообраќајот.

Одржлива мобилност на сообраќајот

Поимот одржлива мобилност е фраза користена пред се во Европа, но е виртуелно идентична и за Северно Американската идеја на одржлив сообраќај. Корените на подоцна изменетата фраза датираат од Брундтланд извештајот за одржлив развој од 1987 година (Светска Комисија за човекова околина и развој 1987). Иако тој извештај беше само за одржлив развој, и во



дефиниција значи “развој кој се грижи за потребите на сегашноста без да ја компромитира способноста на идните генерации да се грижат за своите сопствени потреби“, има послужено како појдовна точка за дефиниции за одржливо земјоделство, одржливо шумарство, одржливо производство, одржлива мобилност на сообраќајот и друго. Во случајот со сообраќајот, одржливата мобилност може да се гледа како задоволување на моменталниот потреби на сообраќајот и мобилноста без да се компромитираат или загрозат можностите на идните генерации да се справат со овие потреби. (Black 1996).

Идните генерации ќе имаат потешкотии да го користат нашиот сегашен систем на сообраќај ако ние виртуелно ги исцрпиме светските резерви на основното гориво за сообраќај – нафтата. Исто така ќе имаат тешкотии да продолжат со користење на овие исти горива во поглед на штетата што од нивното емитирање ќе се направи во глобалната атмосфера и во квалитетот на воздухот. А крајно прекумерниот број на несреќи и повреди создадени од овие системи ќе направат тешкотии кои идните генерации тешко ќе ги прифатат, освен ако не се превземат значајни чекори за да се подобри оваа ситуација. Ајде да го прегледаме малку подетално сето ова.

Исцрпување (потрошување) на нафтата

Сообраќајните системи во светот основно како гориво ја користат нафтата, која поради нејзината конечна (ограничена) природа е не само одржлива. Ова фосилно гориво е изворот од кој ние произведуваме дизелно гориво, пропан, гориво за авиони, бензин, и преработен бензин. Приближувањата варираат за тоа колкави резерви на сурова нафта се останати, но е малку веројатно дека ова ќе биде доволно да обезбеди гориво за нашите сообраќајни системи до средината на векот.

Користејќи ги податоците од 2000 година, евидентно е дека светот користи околу 76.7 милиони (76.7×10^6) барели нафта дневно, или 28 илјади милиони (28×10^9) барели годишно (Меѓународната Агенција за Енергија 2001). Ние не ги знаеме точно вкупно резервите, но проценките велат дека се околу 1,058 илјада милиони ($1,058 \times 10^9$) барели. Ако земеме во предвид дека побарувачката расте според моменталната стапка на раст за енергетска потрошувачка, ќе има 2.3 % годишен пораст на потрошувачката за нафта. Ова ќе резултира со исцрпување на светските резерви до 2027 година. Ако се покаже дека резервите се поголеми од сегашните проценки за малку повеќе од



еден милион милион (1×10^{12}) барели, тогаш нафтените резерви ќе издржат повеќе. Дури и ако земеме дека резервите се повеќе во обем од 1.8 милион милиони (1.8×10^{12}) барели до 2.6 милион милиони (2.6×10^{12}) барели, Mac Kenzie (1995) демонстрирал дека светската потрошувачка ќе го достигне својот врв во 2018 или 2025 година и тогаш започнува неговото неизбежното исцрпување. Предвидувајќи дека сите 2.6 милион милиони барели се пронајдени, и дека останува истиот процент на пораст на потрошувачката во земјите (2.3%), тогаш во светот ќе снема нафта до 2050 година. Слични загрижувања по овој проблем – нафтени резерви и користење на нафтата се искажани од Hatfield (1997) и Deffeyes (2001) иако овие двајца не се токму оптимисти како што погоре е кажано. Економистите пак од друга страна силно се спротистествуваат дека ние не би останале никогаш без нафта бидејќи пазарниот систем ќе цели да ги рационализира резервите на нафта како што ќе стануваат ретки. Без разлика дали горивото ќе престане да постои, или ќе биде невозможно да си го дозволиме, води кон истата работа. Не може повеќе да се користи како сообраќајно гориво.

Влошување на квалитетот на воздухот и промените во атмосферата

Втора област за која треба да се грижime е квалитетот на атмосферата. Користењето на сообраќајот кој користи нафтени горива е во еден дел причина за киселите дождови, глобално затоплување, метрополитански озон, и загадување на воздухот во урбаните средини. Климатските уреди на автомобилите предизвикуваат тенчење на озонот во стратосферата или како што е општо познато за стварање на озонски дупки.

Таложeње на киселини или кисели дождови

Таложeњето на киселините е воглавно поради сулфурните диоксиди и азотни оксиди кои навлегуваат во горните слоеви на атмосферата и се транспортираат вообичаено на големи далечини со ветровите. Тие тогаш може и да паднат од атмосферата како кисели дождови или како сув талог на киселина (dry acid deposition). Ова може да има негативно влијание за дрвјата, водниот живот во потоците и езерата, и за другите составни делови на природата. Дел од сулфурниот диоксид и азотните оксиди доаѓаат од сообраќајниот сектор. Многу од нив се испуштаат на земјиното ниво и си го пронаоѓаат својот пат до повисоките делови од атмосферата преку конвективна активност. Азотните оксиди исто така се испуштаат и со



повисокото воздигнување на воздухопловните летала. Разбирливо е дека ќе го елиминираме проблемот со таложењето на киселините во наредните неколку години во САД бидејќи заливите од 1990 Clear Air Act (Дело за чист воздух) повикуваат да се активира намалувањето на емисијата на оксидите на азотот и сулфурните оксиди. Како и да е, меѓународната природа на таложењето на киселините насекаде во светот (пр. Скандинавија или Кореа) предлага дека подолгорочно решение ќе биде неопходно за овие области.

Загадување на воздухот во градските средини

Од сообраќајните возила кои согоруваат фосилни горива се емитираат јаглероден моноксид, азотни оксиди, сулфурни оксиди, јагленводороди, прашина и олово. Јаглеродниот моноксид може да создаде проблеми за циркуларниот систем на човекот и во висока концентрација може да доведе и до смрт. Азотните оксиди може да се соединат со јагленводородите во присуство на сончева светлина и да создадат урбан озон. Ние сакаме овие загадувачи на воздухот да се одстранат од него примарно бидејќи создаваат здравствени проблеми за луѓето. Најголемиот дел од нив создаваат проблем на респираторниот систем на човекот, тешкотии со дишењето поради урбаниот озон, и оксидите на азотот и сулфурот може да резултираат со рак од некои честички и јагленводороди. Оловото може да направи пореметувања во крвта и да создаде проблеми кај децата. Чин на запоставување и неодговорност е доколку ја имаме технологијата да остраниме било кој од овие загадувачи од воздухот, а не го направиме тоа. Додека се прави значаен прогрес во САД со намалување на емисијата на овие загадувачи на воздухот, зголемувањето на приватните сообраќајни возила и поголемата емисија на загадувачи како резултат на тоа останува уште како еден голем проблем.

Цепење на озонскиот слој во стратосферата

Заштитната озонска обвивка или озонски слој се наоѓа на одалеченост од 12-50 километри (7-30 милји) над површината на Земјата, и ги намалува количината на ултравиолетовото зрачење (UV) што доколку не би бил овој слој би ја погодил површината на оваа планета. Намалувањето на количеството на озон во овој слој ќе ја зголеми количината на ултравиолетовото зрачење кој би достигнал до површината и тоа би довело до зголемување на болестите рак на кожата, перде на очите, и ретинална штета за луѓето. Исто така има потенција



да се создаде и проблеми со видот на животните и да влијае на застапеноста на фитопланктоните во океаните. Тоа подоцна значително би го пореметил синџирот на исхрана во океаните.

Точната причина за дупките во озонскиот слој се препишува на флуор јаглен со хлор, подобро познати како Фреон 11 и Фреон 12. Овие хемиски соединенија, кои се направени од човекот, си нашле многу примени, дури и како ладилници во автомобилските клима уреди. Иако Монреалскиот Протокол (Montreal Protocol) како подобрен го забрани производството на фреони кон крајот на 1995, атмосферската синџирска реакција која беше започната продолжува и денес. Како дополнување, има голем број на возила кои сеуште работат а содржат фреони како ладилник за клима уредот. Во случајот со автомобилите, ваквите ладилници се заменети со HFC – 134a, што е помалку штетно за околината, но не е и безопасно. Исто така ќе се исфрли од употреба до 2030, или порано доколку Кијото Протоколот (Kyoto Protocol) е верификуван.

Глобално затоплување

Оваа планета има друга група на гасови кои ја опкружуваат, ова го произведува она често што се нарекува ефектот на “зелена градина”. Овој ефект овозможува пропуштање на краток бран на соларна радијација кој поминува низ стаклената градина, во атмосферата, и така стигнува до површината затоплувајќи ја. Како резултат на долгиот бран топлина зрачење се крева од површината, и многу добро може да ја напушти нашата атмосфера со исклучок на фактот дека гасовите стаклена градина апсорбира или повторно зрачи повеќето од ова назад до површината, а некои до вселената. Ако ги немавме стаклена градина гасовите, земјата би била премногу ладна за човечки живот. Поради тоа ефектот од стаклената градина е придобивен.

Гасовите кои го сочинуваат ефектот на стаклена градина вклучуваат водена пареа, карбон диоксид, метан, и неколку други гасови. Ако ја зголемиме значително количината на еден од овие гасови, дали би ја направиле обвивката на зелената градина по концентрирана, и дали ова би водело кон “присилување” на ефектот на стаклена градина или кон затоплување на планетата? Верувањето на поголем број од сите научници е дека ова би водело кон затоплување. Исто така не постои спор дека ефектот



на стаклена градина постои. Секој кој има познавање од оваа област верува во ова. Постојат некои аргументи за дали планетата испушта доволно додатни гасови од стаклената градина за да го создаде ова присилување, и дали Земјата веќе почнала да се затоплува.

Затоплувањето на планетата би резултирало со серија на сообраќајни удари. Океанските нивоа би се покачиле, должејќи се на термалната експанзија на океаните, топењето на ледените поларни капи и средно-високите глечери. Бурите би се зглемиле должејќи се на повеќе вода во атмосферата (должејќи се на повеќе испарувањето на потоплата планета), и патиштата и железниците како и урбаните метро системи во островските подрачја би биле на удар на крајбрежните бури. Постоечките сообраќајни мрежи може да се најдат на погрешно место во услови на ново земјоделско производство. Пристанишните објекти во целиот свет би морале да имаат големи инвестиции итн. (види Black 1990, за покомплетна дискусија за овие удари).

Секторот за сообраќај е главен извор на антропогеничен карбон диоксид кој е гас од стаклена градина. Употребата на бензин кој се добива од нафта како основен погон за нашите моторни возила, е одговорен за големата емисија на карбон диоксид и метан во денешницата.

Решението за ефектот за глобално затоплување е на дистанца и недостижно откако светските политичари ќе се заклучат во адаптација, додека примат сигнал дека глобалното затоплување започнало. Не сака ме да ги пропуштиме акциите на некои земји за да се вратат на нивоата на карбон диоксид од 1990, но сепак малку од нив имаат успех. Трендот на затоплување веќе започна во 1990 година. Враќајќи се на тие нивоа ќе се постигне многу малку во однос на долгорочниот проблем. Ќе мора да се отргнеме од фосилните горива ако сакаме да спречиме глобалното затоплување да завладее и во наредниот век.

Сообраќајни несреќи и жртви

Во текот на 20 тиот век повеќе од 3 милиони индивидуи биле убиени во сообраќајни несреќи во САД. Информациите не ги вклучуваат и повредените во сообраќајните несреќи, но неодамнешни информации покажуваат дека се околу 3 милиони. На овие бројки значително влијае густината на сообраќајот, но ако ја исклучиме густината на сообраќајот, и ги прегледаме бројките на жртви по 100 милиони километри извозени ќе



увидиме дека САД е малку под една жртва на секои 100 милиони километри. Кога густината на сообраќај достигнува врв за време на летните месеци јуни до полу Септември , разумно е дека повеќето несреќи се поврзани со туризмот. Додека и други модови имаат исто така жртви, тие се незабележливи во споредување со автопатните системи околу светот.

Downey (1995) дал глобални проценки дека има во моментот 250 000 жртви и 10 милиони повредени годишно во моторни несреќи. Прогнозите за милиони жртви и 40-50 милиони повредени годишно, до 2020 би можеле да се остварат.

Врската меѓу меѓународниот туризам и меѓународниот сообраќај

Повеќе од очигледно е тоа дека туризмот не може да постои без сообраќај. Секоја форма на туризам бара некаков вид сообраќај, без разлика дали пешачиме Appalachian Trail од Грузија до Малезија или престојуваат некаде на подолго време. Туризмт многу зависи од сообраќајот, вклучува употреба на бродови, воздушен сообраќај, возови, автомобили и слично.

Видот на туризмот за кој зборуваме може да варира од дневни или локални тури, вклучувајќи моторни возила до подолги патувања во метрополи, земји, острови, или области кои не дозволуваат да уживаме во природата вклучувајќи го воздушниот сообраќај и бродскиот.

До тука зборувавме за сообраќајот како начин да се стигне до одредена дестинација, но сообраќајот исто така има значајна улога кога туристот ќе пристигне во туристичкото место. Некои луѓе летаат до некој странски град и штом ќе стигнат таму им треба некое превозно средство за да се движат наоколу. Некои можеби ќе изнајмат автомобил, некои ќе се возат со такси, други ќе го користат железничкиот сообраќај или метрото или пак можеби велосипеди.

Повеќето Американци би се одлучиле за варијантата да се возат со такси, бидејќи тоа што не ги познава правилата за движење по улиците ќе ги одвлече идејата да изнајмат автомобил. Доколку правилата за движење по улиците им се објаснат при самото пристигнување во тој странски град, тогаш можеби тие би се одлучиле да изнајмат некој автомобил. Оние интернационалните туристи - патници можеби ги користеле и јавните средства за сообраќај, но сепак ако се работи за познати линии или за неопходни линии како оние од аеродромите до централните делови на



градовите. Навраќајки се на прашањето дали овие сообраќајни средства се одржливи, ќе мораме да кажеме дека за повеќето патувања користењето на моторните возила е неодржлива но едноставно. Скоро сите видови на сообраќајни средства се движат на бензин и ја загадуваат околната и глобалната средина.

За некои од тие средства не се плаќаат дополнителни даноци за штетните гасови што ги испуштаат во околината, затоа не може да се каже дека се одржливи. Се настојува да се намали употребта на автомобилите и да се зголеми употребата на превозни средства кои можат да пренесуваат поголем број на патници. Одржливоста е само мал дел од она за кое што треба да се грижime. Да се потсетиме дека нашата дефиниција исто така вклучува и мобилност, односно задоволување на потребите кои ги имаат патниците во сообраќајот, без компромис. Мора да се идентификува рамката на мобилноста во нашево прашање, бидејќи во некои попримитивни средини чисти и воопшто нема мобилност. Светот кој се развива има потреба од мобилност - движење доколку навистина се стреми кон економски успех.

Земјите во развој имаат можност да го зголемат својот степен на мобилност без многу да му наштетат на степенот на одржлив сообраќај. Всушност нив им се наметнува тоа доколку сакаат успешно да се развиваат. Се настојува да се дојде до ситуација да тие земји имаат степен на мобилност кој е разумно висок и подобрен.

Што е метежот?

Некои може да се расправаат дека метежот е во процес да го насочува нашиот сообраќаен систем кон метеж, и како резултатат овој е еден од оние фактори кој може да спречи нашиот сообраќаен систем да биде одржлив. Иако некои не мислат така но, метежот не е толку важен. Може да влијае на возачите и патниците да каснат, и има некои поплаки на повеќе трошење на гориво во бавниот сообраќај, и зголемувањето на гасовите испуштени, што се должи на тоа бавно движење. На некои продолжени верзии од овие варијабли се вметнати во нашите поранешни дискусии и веќе се сметаат за целокупни идеи на одржлива мобилност.

Природата на туризмот



Иако постојат голем број на дефиниции за туризам, спектарот на врската помеѓу туризмот, рекреацијата и слободното време не е сеопфатно дефинирано. Ние можеме да се потпремене на дефиниција од речникот и да кажеме дека е “патување од задоволство.” Секој кој летал со прекуокеански лет од 7 или 9 часа во економската класа тешко може да каже дека летал од задоволство. Дефиницијата исто така не содржи, што веруваме ние дека е туризмот во популарна смисла и не ја задоволува академската употреба на поимот. Поранешните верувања, велат дека тоа е патување до некоја локација од задоволство, додека покасните вклучуваат се што правиме што е поврзано со слободното време и тоа значи туризам (види пример Anable 2002). Ова не е место да се реши ова, но авторот повеќе се потпрува на популарниот аспект на туризмот, отколку на академскиот аспект. Ние сме сведоци на феноменскиот раст на туризмот во подоцнешниот дел на 20 век. Светскиот совет за патување и туризам (2002) проценува дека светската туристичка конзумација во 2001 била 3 трилиони годишно, со инвестиции во секторот е околу 623 билиони долари. Тие проценуваат дека овие бројки ќе се дуплираат до 2012 година.

Растот во туристичкиот сектор се должи на многубројни фактори вклучувајќи: (1) генерален раст во нивото на просперитет и приходи за трошење,

МЕРЕЊЕ НА ОДРЖЛИВА МОБИЛНОСТ НА СООБРАЌАЈОТ

Во почетокот на 1990 тите бројните истражувачи се обидоа да пронајдат што ги дели начините на сообраќај на одржливи и неодржливи. Тоа истражување довело до енциклопедиска листа на причинители базирани на работата на ERA (1996), LITMAN (1998) и други. Едно е да се соберат и изнесат овие причини, а сосема друго е да се искористат како некој вид на индекс кој може да биде мерлив.

Во исто време авторот дава пристап на мерење на одржливоста кој вклучува неколку различни варијабли (променливи) кои влијаат на одржливоста или на дел од неа (Black 1998).

Добиениот индекс покажува на неколку важни поенти:

Првата поента е дека без разлика колку е прецизен еден индекс, секогаш ќе постои некој кој ќе го преиспитува начинот на кој различните варијабли (индикатори/причинители) се мерени и застапени во индексот. Секогаш ќе има ситуации кога одредени варијабли се повеќе важни од други.



Значи било кој индекс, кој се совпаѓа со интересите на една земја најверојатно нема да се совпаѓа со интересите на друга земја. На сличен начин потрошувачкиот индекс нема да биде релативен ако не се купува добра врз чии цени тој се базира. Како и да е, ова не значи дека тој индекс не е релативен и покрај географските/просторни недостатоци.

Втората поента е дека ако се потпираме само на тие вариабилни што го прават нештото одржлив во границите на сообраќајот, тогаш одржливоста ќе биде очигледно највисока во областите кои имаат најмалку од овие варијабили. Оваа значи дека оние земји кои имаат највисок степен на одржливост се оние кои: имаат највисоко ниво на загадување; не користат многу бензин; располагаат со доста низок број на возила. Иако такви држави постојат, очигледно е дека се крајно неразвиени па дури и на границите на примитивноста. Ова не е разумна или посакувана цел за другите земји.

Она што очигледно не достигнува од оваа точка на гледање е мерењето на мобилноста или потенцијалот на мобилност. За да се справиме со проблемот на мерење на варијабилите кои вклучуваат: секакви видови на штетни гасови: *истите се собираати се анализираат компонентски за да се намалат што е можно повеќе.* Употребата на филтри во автомобилите; сообраќајни несреќки; продажба на бензин, нафта и нафтени деривати, поминати километри, регистрација на возилата. Варијабилата која е највлијателна меѓу останатите се поминатите километри.

Ова всушност е посебно важна варијабила чија важност во иднина ќе се зголемува пропорционално од зависност на луѓето од автомобилите како основни средства за личен сообраќај. Но доколку се работи за земја која има добро развиен јавен сообраќај можно е опаѓање на важноста на оваа варијабила. Како втора по карактеристична варијабила е трошењето на гориво.

Но не може да се каже дека е многу варијабилна заради тоа што многу земји посебно во западна Европа, се ориентираат на тоа да го намалат бројот на возила кои трошат гориво и обратнопропорционално да го зголемат бројот на возила кои ќе работат на алтернативи извори како сончевата енергија. Затоа при пресметка на индексот оваа варијабила е земена како најмалку веродостојна.



ПОТЕНЦИЈАЛ НА МОБИЛНОСТ

Изгледа дека мобилноста се излизгала од истражувањето на Европејците за одржливост бидејќи нивната грижа за околината е ограничена со грижата на економијата. ако се направи сообраќај крајно одржлив, можно е да се нанесе голем удар врз економијата, затоа се обидува да се воспостави некој биланс. Од друга страна, САД смета дека ваков биланс не е можно да се воспостави и тие стојат на ставот дека било какво унапредување на сообраќајот ќе ја уништи економијата.

Мобилноста претставува постоење на сообраќајни врски помеѓу автомобилите и патиштата во внатрешноста на градовите. Owen (1964) го разгледувал тоа како индикатор за мобилноста во некоја земја. Наша грижа е не дали тој потенцијал постои, туку дали има потенцијал да постои и колку голем може да биде тој потенцијал. Еден индикатор на мобилноста која ги опфаќа сите разлики е бруто домашниот производ - вредноста на сите добра и услуги кои се произведени во државата.

СОЗДАВАЊЕ НА ИНДЕКСОТ

Следниот чекор е да се искомбинираат овие мерења на патувањата и сообраќајот (потрошени км), потрошеното гориво и потенцијалот на мобилноста во еден индекс кој ќе ја мери одржливоста на сообраќајот и потенцијалот на мобилноста. За да се најде индексот, најпрво ги делиме овие вредности сразмерно популацијата во земјата.

Ги претвараеме во исти единици мерките:

Треба да имаме на ум дека овие варијабли се претворени и стандардизирани. Секое има значење на 50 и стандардна девизија од 10, освен SMI.

Ако површина има просечна вредност од 50 за секоја од променливите, вредноста добиена за индекс ќе биде 0. ова е пожелна вредност која укажува на нивото на потенцијалната мобилност е релативно исто како и патот и гориво употребено. за повеќето држави на САД потенцијалната мобилност е висока, додека нивната одржливост на компоненти е ниска и ова резултира во позитивна вредност за SMI. овие области имаат економски потенцијал за да обезбедат масовни транзит услуги, ефикасни возила, и така натаму, но тие се



одлучат да се потпрат на лични видови превоз, кои користат високо ниво на гориво. земјите во развој честопати нема да бидат во можност да обезбеди високо ниво на мобилност на нивната популација (низок потенцијал за мобилност), во исто време тие навистина имаат повисоки нивоа на одржлив сообраќај, преку користење на јавен сообраќај, одење, возење на велосипед, и така натаму.

Нивната SMI вредности ќе имаат тенденција да бидат негативни. А неколку реални примери може да се разјаснат од овие идеи. да погледнеме во три различни области за нивните видови на активности: Флорида, Франција и Кенија. Замена на вредностите за САД и рекреативен туризам на државата Флорида во наведената равенка се добива:

$$SMI=55.36-42.61+44.76/2=11.67$$

Ова се одразува на релативно богатите држави со прекумерна употреба на личните превозни средства (како што е наведено од страна на стандардизирани ниски VKT вредности) и прекумерното користење на гориво на жител (низок стандардизирани горивни вредност). Замена на вредностите за Франција, премиер на Европската меѓународна дестинација, во горната равенка се добива:

$$SMI=52.31-52.35+53.40/2=-0.565$$

Ова е пожелна вредност по тоа што е во близина на нула што значи дека земјата има пожелно ниво на одржлив сообраќај и потенцијална мобилност.

За еко-туризам нацијата на Кенија бројките се:

$$SMI=33.76-63.52+64.71/2=-30.36$$

Додека Кенија има атрактивни вредности на одржливост, јасно е дека ова се должи на ниското ниво на мобилност, кој исто така е пожелно.

Земји од светот во развој се стремат да имаат ниски негативни вредности (помалку од -10) одразува ниското ниво на потенцијална мобилност во присуство на она што се гледа како оджливо патување и сообраќај. ова е непожелна ситуација и овие народи се обидуваат да постигнат пониски



вредности (повеќе за патување) на нивните VKT мерка како БДП се зголемува и во иднина.

Развиените земји на ОЕЦД и Европа се резултати кои се во најголем дел помеѓу 10 и -10. Овој пожелен спектар покажува просек на ниво на мобилност и VKT по глава на жител.

Државите на САД имаат тенденција да имаат високи позитивни вредности (поголеми од 10), што укажува доволно богатство за да обезбеди висока мобилност, но прекумерната употреба на личните возила се користат како што се гледа во примерот Флорида погоре.

Понатамошна употреба на индексот во туризмот

Освен индекс даваат површина Некои индикации за својата позиција во однос на другите подрачја во светот, индексот, исто така, може да се користи за да се процени влијанието на зголемување или намалување на туризмот на различни области, држави и народи. Да се илустрира оваа употреба, да се вратиме на случајот Флорида, каде што вредноста на индексот беше 11,67. Околу 12,6% од БДП на Флорида да се припише на туризмот. Ако таа држава може да управува со 10% зголемување на БДП од пораст во туризмот се резултира со нето-раст од 10% од БДП, во VKT и гориво тогаш индекс на SMI станува многу полошо и се зголемува до 16,07. Некој може да тврди дека на 10% зголемување на БДП не може да се носи со тоа 10% зголемување во VKT и горивото употребено, но нивото на автомобилската зависност во државата Флорида е висока. Ако 10% раст на БДП беше придружена од страна на некои сообраќајни инвестиции што резултираше со 20% пад во VKT и гориво искористено, а потоа на SMI ќе падне до 9,78. Во ефект, раст во секторот туризам, со придонес во БДП на државата, без некои инвестиции во сообраќајот, која им овозможува VKT и користењето на гориво да се намали само ќе ја направи ситуацијата полошо отколку што беше порано во однос на одржлива мобилност.

Индексот се чини дека е слаб во случај на Флорида, но тоа треба да биде. Населението во повеќето од државите на САД стана премногу зависни од автомобили. тоа не е ситуација што ќе се промени брзо, во реалноста или со мали промени на компонентите на индексот. Ако сториме нешто за да се намали користењето гориво, ова ќе резултира со намалување на емисиите на глобални и локални загадувачи на воздухот. Ако не правиме ништо тогаш оваа ќе продолжи. Ако што и да правиме нема резултати во VKT тогаш несреќите и повреди на автопат нема да се зголемува или намалува. Слично ако VKT останува на истото



ниво и нема да има влијание, индексот нема да се подобри ако VKT и користењето на гориво не се намалат.

Владиниот туризмот може да ја подобрат одржливата мобилност на области, ако тие би можеле да ги зголемат употребите на алтернативни методи (јавни транзит и патнички железнички превоз) во туристичките области. Уште еднаш, се чини дека овие режими и нивното користење е вклучена во индексот, иако индиректно. Како употреба на алтернативни сретства за превоз може да се намали користењето на гориво. ќе биде можно да се измери употребата на овие режими директно со изменет индекс, но тогаш ќе треба до двапати попис на населението и нивното влијание, бидејќи нивната употреба ја намалува VKT и гориво кој го користат, под претпоставка дека нејзините нови корисници се поранешни корисници на автомобил.

Единствениот логичен начин во кој SMI вредности за земјите од светот во развој ќе се смени е преку зголемување на БДП по глава на жител, можеби преку туризмот. Иако помалку одржлив сообраќаен систем, исто така, ќе ја направи индекс вредноста да оди кон нула, ова е малку веројатно да се случи со ниски нивоа на БДП. Решението е да се зголеми БДП, заедно со сообраќајна инфраструктура и да не се дозволи брзо размножување на автомобилите.

Заклучок

Индексот SMI ја предлага дека туризмот што има прекумерна употреба на автопат / моторно возило сообраќајни системи ќе биде штетен од одржлива мобилност гледна точка. За оние области со добро ниво на одржлива мобилност за растот на урбанистички туризам не изгледа да понуди многу на закана. Конечно, и за помалку развиените економии на острови или слични оддалечените области, се чини дека туризмот всушност може да го подобрат целокупното ниво на одржлива мобилност.



Референци

1. Анабле, Ј. (2002). Излети, галениче и пријатни места: Различни карактери од безделнички патувачки барања. Од: В. Р. Блек, и П. Никамп (ЕДС), *Општествена промена и одржлив транспорт* (пп. 181-190). Бломингтон. Од: Индианскиот Универзитет Прес.
2. Блек, В. Р. (1990). Глобално греење: Колизија на превозната инфраструктура. ТР (*Ново Транспортно Научно Истражување*), 150(2-8), 34.
3. Блек, В. Р. (1996). Одржлив транспорт: А У. С. перспектива. *Весник од Транспортната Географија* 4, 151-159.
4. Блек, В. Р. (1998). Одржлив транспорт. Од: Р. Д. Кнолес. и Б. С. Холи (Едс), *Современа Транспортна Географија* (2нд ед., пп. 337-351).
5. Блек, В. Р. (2000). Кон границата од транспортната одржливост. *Транспортно Научно Истражување Состанок со Советот 2000, Конференциска Подготовка ЦД*. Вашингтон, ДЦ: Транспортно научно истражување на Советот.
6. Блек, В. Р. (2002). Одржлив транспорт и потенцијалната мобилност. Документот го претставува СТЕЛЛА Централната Групација 4, Хелсинки, Финска, 3 Мај, и спремен од *Европскиот Транспорт и Инфраструктурното Научно Истражување*.
7. Блек, В. Р. (2003). *Транспорт: Географска Анализа*. Њу Јорк: Гилфорд Прес. Капинери, Ц., и Спинели, Г. (2002). Колизија за денот туризам на околината и одржливоста: Нортвестерн Медитеран Арц. Од: В. Р. Блек. И П. Никамп (Едс), *Општествена Промена и Одржлив Транспорт* (пп.191-199). Бломингтон. Од: Индианскиот Универзитет Прес.
8. Дифис, К. С. (2001). Врвот Хуберт: претстоен светски нафтен недостаток. Принстон, НЈ: Принстон Универзитет Прес.
9. Дони, М. Ј. (1995); Превозна насока. Документот го претставува Симпозиумот на Предизвикување и Можности за Глобалниот Превоз во 21 век: Џон А. Волп Превозниот Системски Центар, Кембриџ МА, УСА.
10. ЕЦМТ (Европска Конференција за Министерството за Превоз) (1995): *Градско патување и одржлив развој*. Париз: Организација за Економската Соработка и Развојот.



11. ЕПА (У. С. Агенција за заштита на околината) (1996). *Показател за околнската колизија за превозот*. Вашингтон ДЦ: ЕПА Извештај ЕПА 230-P-96-009.
12. Хатфилд, Ц.; Б. (1997). Нафтата се враќа во глобалниот двевен ред (Коментар). *Природа*, 387, 121. Интернационална Агенција за Енергија (2001). *Светски Енергетски Изглед 2001*. Париз: ИЕА МИТ (Машасуст Универзитет за Технологија) и Чарли Ривер Здружението (2001).
13. Мобилност (2001): *светска Мобилност за 20 век и Одржливоста*.

Женева, Шведска: Светски Бизнис Собир за Одржливиот Развој. Исто така на www.wbcsdmobility.org

14. Овен, В. (1964). *Стратегија за мобилноста*. Превозно Научно Истражувачка Програма. Вашингтон, ДЦ: Институцијата Брокингс.
15. Страна, С. (1994). *Превоз за Туризмот*. Њу Јорк: Роутледг.



ТЕМА.БР.5. МЕЃУНАРОДНИТЕ АВИОНСКИ ЛИНИИ И РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ: СЛУЧАЈОТ НА ЗИМБАБВЕ

Вовед

Туризмот е признат од страна на многу земји во развој како средство на генерирање на основните девизи и на обезбедување на вработување во услужниот сектор (Купер и Ванхил 1997). Брзиот раст на евтини и долги дестинации на воздушниот транспорт и подемот на туризмот исто така е овозможено од тие држави во развој кои се наоѓаат на илјадници милји од главните туристички области во Северна Америка и Западна Европа се со цел да влезат во интернационалниот туристички пазар. Степенот до кој туризмот може да има корист од економиите на помалку развиените држави беше предмет на многу истражувања и проблемите поврзани со влијанието на масовниот туризам на локалните заедници и општества се исто така широко проценувани.

Ова поглавје ја согледува врската помеѓу туризмот и авиокомпаниите и нивното развивање во една јужна Афричка држава, Зимбабве, од нејзината независност во 1980. Во последните неколку декади Зимбабве ги привлекува туристите со нејзините природни убавини, поглавјето го оценува значењето на долгите дестинации и домашниот воздушен транспорт кој придонесе за раст на нејзините туристички сектори. Во главно, делот одигран од страна на националната авиокомпанија Воздушен Зимбабве, овој раст се разгледува во однос на нејзината способност да ја заврши во меѓународниот превоз на патници на пазарот за долги дестинации во туристичкиот сообраќај. Зимбабве, заедно со неколку други независни африкански држави во периодот по 1960, ја следеле политиката за поддршка на својот национален авиопревозник финансиски како средство за промовирање на националниот идентитет, со цел да се постави внатрешна врска помеѓу градовите во кои површниот транспорт често беше незадоволителен и одржуван на меѓународни врски во рамките на светската мрежа на воздухот.

Туризмот во Јужна Африка

Иако неколку Афрички држави мислат дека туризмот треба да биде витален дел од нивната економија, континентот како целина генерира помалку од 4 % од светскиот туризам. Афричките авиопревозници носат помалку од 3 % од сите патници на нивните летови од распоредот и ниту еден афрички град моментално не е приклучен во 25 те земји кои се водечки за врската во авио-сообраќајот. (Грахам 1995, Симон 1996). Зимбабве, сама по себе не е водечка дестинација во рамките на континентот, заостанува зад државите како што се Јужна Африка, Кенија, Танзанија и Тунис. Последните четири држави имаат неколку предности, можат да понудат комбинација на внатрешните и крајбрежните-базирани туризам пакети. Зимбабве е целосно земјиште во кое се нуди комбинација на пустина, флора и фауна, културата



не беше во можност да се позицира на сличен начин како во Кенија или Танзанија. Се потпира врз принцип атракција на Викторијанските водопади, најголемите водопади во светот, кои се спектакуларни на сопствен начин. Исто така има и други убави дестинации како Езерото Кариба, Источните Планини (посебно Нијанга националниот парк) и Големите Зимбабве Рушевини, најголемите колекции од стари вредности во Африка јужно од Египетските Пирамиди.

Главните туристички дестинации во јужна Африка се сервираат од страна на големи авиокомпаниии на Западна Европа и Југоисточна Азија, поради релативната важност на портал аеродроми, како што се Јохансбург, Кептаун и Харар кои се изменети во последниве неколку години. Во 2000 година пристигнувањата во Зимбабве од Европа изнесуваа 58% од сите не-африкански туристи во 2000-2001 со САД и Канада дејствуваше како втор по големина пазар. Туристите кои пристигнуваа во Зимбабве во 2000 од сите држави изнесуваа околу 464,000 во споредба со 1.4 милиони од другите Африкански држави заедно. Овој вториот дел вкупно сепак вклучува 812.000 од Јужна Африка и Боцвана и голем дел од нив се за краток престој на патници, кои се во посета на пријатели и роднини, а на подолго престојување на посетител плаќаат за сместување во главните летувалишта. Двете јужно-афрички држави Боцвана и Замбиан границите им се исто така, на сцената на редовни премини од страна на неформалните трговци и кога тие се вклучени во официјалните туристички точки тие го пореметуваат целокупниот премин..(Туртон и Мутамбирва 1996, Зинјама 1989).

Развојот на туристичката политика во Зимбабве

И на првата и втората нација плановите за развој на развиеноста од страна на Зимбабве, владата ги призна како потенцијал на меѓународниот туризам за придонес кон многу потребниот економски раст. На крајот на првата декада на независноста во 1990 година девизните приходи од туризмот станале четвртиот по големина извор на приходи на валута и инвестиции во сместување и превоз со Зимбабве кое за туристите значело значително зголемување. Се проценува дека туризмот сега придонесува приближно 5% од БДП во Зимбабве. Пред независноста во 1980 година, туризам маркетингот е одговорност на државата, одделот за туризам и Зимбабве туристичкиот одбор и овие две тела продолжија со операциите до 1984 година кога владата формирана на Зимбабве за туристички развој корпорација (ztdc) требаше да се промовира развојот на туризмот и да ги координира сите аспекти на оваа индустрија меѓу приватниот и државниот сектор. Успешното остварување на овие две цели, беше попречувано од два фактора. Првиот беше хроничниот недостиг на странска валута во Зимбабве, строго ограничуваше врз степенот до кој туризмот би можел да биде промовиран ефикасно во европските и северноамериканските пазари. Второ, хармонична соработка помеѓу државата со регулација Ер Зимбабве, и ЗТДЦ од



една страна и во приватна сопственост на хотели и тур-оператори во земјата, од друга страна често пати беше тешко да се постигне посакуваното. (Мутамбирва 2000).

Како држава под контрола на корпорацијата Ер Зимбабве, ја презеде одговорноста за маркетинг туризам преку свои канцеларии во Европа (Франкфурт и Лондон) и Северна Америка (Њу Јорк). Промоциите се, сепак, неизбежно ограничени од страна на Ер Зимбабве акт, кој пресуди дека сите одлуки за инвестиции, во која беа вклучени маркетинг, како и авиони купувачите и цените политика, беа предмет на одобрение на владата преку Министерството за транспорт. Во жестоката конкуренција во светот на туризмот маркетинг на финансиски ресурси на располагање на Ер Зимбабве и придружните тур-оператори за одржување на присуство во странство пазарите беа крајно несоодветни како резултат на државните расходи, ограничувања. Првично туристичка промоција беше центрирана врз Ер Зимбабве "Пламен Лили" турите.

Африкански земји

Приходите од туризмот во периодот во 1990-2000 достигнале 231,8 милиони американски долари во 1996 на од 2000 година паднале на 124,7 милиони американски долари, иако тоа беше повеќе од двојно помала сума од вкупните приходи во 1990 година.

Сообраќајот помеѓу Јужна Африка, Боцвана, Замбија и Зимбабве продолжува да се зголемува но, како што е претходно наведено, повеќето од ова вклучува краток престој на посетителите отколку комерцијален туризам. Овој сообраќај во голема мера е одговорен за фактот дека над 75% од сите регистрирани туристи влегуваат и го напуштаат Зимбабве преку патниот сообраќај, но остатокот го користат главно Хараре аеродромот и Викторија водопадите и Булавао аеродромите.

Придонесот на Ер Зимбабве кон меѓународната туристичка индустрија е промета значително во последната деценија, како резултат на три значајни промени. Прво, во Зимбабве има либерализација на воздушниот сообраќај и појава на ограничена конкуренција со национален авиопревозник. Второ, Африканската влада во Јужна Африка го охрабри развојот на меѓународниот туризам консолидацијата на Јоханесбург како главна терминална авиокомпанија во Јужна Африка. Третиот фактор е продолжената сегашна нерешена политичка ситуација во Зимбабве која произлегува од владиното контроверзно политичко населено земјиште. Покрај тоа, предизвикот на енергичната опозициска партија и интензивната медиумска контрола во врска со прашањата за човековите права значи дека Зимбабве ја изгубила значителната добра волја во меѓународната заедница. Ова го зголеми опаѓањето на економската позиција со брза стапка на инфлација, распространета невработеност и губење на девизните приходи порано добиени од комерцијални земјоделски извоз на пченица и



тутун.Постои можност туризмот да е краткорочен поради дестабилизирањето на иднината на Средниот Исток која не е ветувачка.

Делегацијата на воздушниот транспорт и приватизацијата имаше значително влијание врз големи претпријатија на Европа и на Сад кон крајот на дваесетиот век.Тие биле анализирани во детали и промените што се случија исто така имаа влијание врз судбината на многу помали компании Еар Зимбабве.Во 1990 тите Зимбабве заедно со другите држави во развој,навлезе во програма на економско структурно приспособување.Многу државни претпријатија,како што е Еар Зимбабве,беа предмет на проценка од страна на независни советници и извештајот од Европските конултанти препорачува политика на либерализација за авиокомпанијата и намалување во ограничувањата на натпреварот за сообраќајот од други авиокомпаниии.Во рамките на оваа конкурентна рамка,летовите со долги дестинации во Хараре беа воведени од страна на Еар Франција, КЛМ,Себана и националната авиокомпанија беше лошо опремена за да се спречат ограничените финансиски ресурси како и недостатокот на авиони прилагодени на неговите различни правци.Како и да е, реконструкцијата на Еар Зимбабве со намалување на државната контрола,е видено од страна на владата како можност за авиокомпанијата да ги подобри своите перформанси во сите правци и да се натпреварува поефикасно на пазарниот туризам.Конкурсот беше, исто така , воведен за внатрешни правци и во 1995 година на независна Зимбабве Експрес авиопревозникот почна летови помеѓу Хараре и Викторија водопадите користејќи Б.Ае 146 авиони,кои претходно биле изнајмени на националната авиокомпанија.Ова беше проследено со летови помеѓу главниот град Хараре и Булауајо и од крајот на 1990тите Зимбабве Експрес беше обезбедил 52 летови секоја недела помеѓу главните домашни аеродроми со повеќе услови на патувања од оние на Булауајо управувани од Еар Зимбабве.Во таква конкурентна средина не е можно да се добие сигурен патник кој носи податоци од авиокомпаниии,но врз основа на вкупните летови на новата независна компанија сега обезбедува над 30% од сите летови на Хараре-Викторија водопадите и Хараре-Булавао правците.Зимбабве Експрес исто така започна со работа на Хараре-Јоханесбург и Викторија водопадите-Јоханесбург правците и како што е во рамките на Зимбабве,наскоро обезбедил значителен удел на сообраќај на располагање.Се прават обиди да се прошири привлечноста на природните туристички атракции на Зимбабве со цел да се намали тешката зависност кон Викторија водопадите ,а близината на Хаванге играта претставува резерва за туристички приходи.Советот за туризам на Зимбабве и Раководителството за туризам на Зимбабве има навлезено во една амбициозна програма за понатамошно промовирање на Светското наследно земјиште инкорпорирајќи на античките урнатини во Велика Зимбабве и да се развива



како меѓународен центар на популарните домашни летувалишта во источниот планински граничник со Мозамбик. Подоцна вклучуваат Нијанга Национален Парк на пограничниот град Мутаре и Вимба планинскиот регион со своите ботанички градини и голф објекти. Како и да е, пристапот од страна на воздух во овој регион од Хараре е ограничен и до денес поголемиот дел од туристите ги добиваат од Зимбабве или од Јужна Африка. Воениот аеродром во близина на Мутаре и групата на помали аеродроми во регионот може само да ги прифати мал капацитет на авиони и тоа е многу сомнително но ако финансиски би можеле да бидат ставени на располагање за надградба на овие аеродроми за да се овозможи на авионите на Еар Зимбабве да ги користат. Сместувањето е ограничено само на неколку големи хотели во Нианга, Мутаре и Вумба, дополнети од страните на група на неформална шума и езерски колиби и бунгалови, со понатамошен раст веројатно ќе се вклучи ширење на овој неформален сектор за сместување. Растојанието меѓу овој регион и Хараре вклучува патување по пат од најмалку 175 км. А иако воздушната врска јасно ќе обезбеди побрз транзит на време за било кој странски туристички потенцијал за развој, во моментот е ограничен со оглед на големината на располагање на аеродромите.

Воздушниот транспорт и туризам во регионот на Јужна Африка

Како и процесот на либерализација на воздушниот транспорт во рамките на Зимбабве напредуваа кон крајот на дваесетиот век, националната авиокомпанија, исто така, мораше да се подготват за борба против конкуренцијата за туристички сообраќај во пошироката област на Јужна Африка. Европските авиокомпаниии врз основа на суб-стандардните квалитети на патничките објекти во Хараре аеродромот започнале со неколку проекти за летње во Зимбабве во 1990 година. Во ефект, Хараре беше заменет од страна на Јоханесбург како терминал за летовите на Јужна Африка. Голем дел од туристите од Европа и Северна Америка кои патуваат за Јужна Африка поминуваат преку Викторија водопадите како главна атракција, но Хараре повеќе не е главен поминувачки аеродром за овие посетители. Во средината на 1990 година Еар Зимбабве воведо три летови од Хараре до Викторија водопадите помеѓу 8:15 до 02:00 часот, но овие служби секогаш не можат да се справат со обемот на меѓународните посетители донесени од Еар Зимбабве и другите долги дестинации на летови од Европа. Туристите резервираа две или три пакет во Викторија водопадите и Хараре, но често мораше да останат во главниот град до наредниот ден. Ова доцнење беше видно од страна на приватниот сектор на патничките оператори како не прифатлива и фрустрирачка пречка за натамошниот раст на туризмот во Зимбабве. Директните летови до Водопадите од Јоханесбург и другите Јужно Африкански аеродроми доведоа до намалување на релативната важност на Хараре како портал и летовите на



Еар Зимбабве од таму до Викторија водопадите. Исто така туристички оператор од Обединетото Кралство нуди посети на Водопадите врз основа на летови до Ливингстон во Замбија и краток пат, патување низ реката Замбеси во Зимбабве. Во обид да врати некои од летовите од Европа до Викторија водопадите, Еар Зимбабве вовеле директни летови еднаш неделно меѓу Лондон и аеродромот на Водопадите во 2001 година, но ова беше подоцна повлечено. Консолидацијата на Јоханесбург како главен портал аеродром за Јужна Африка се одразува на пристапноста, која аеродромот ја дава како главна туристичка атракција во регионот вклучувајќи ги не само Викторија водопадите, Хаванге националниот парк во Зимбабве, но исто така и места во Јужна Африка. Европските базирали туристи сега имаат можност да летаат со пакетот празници во Јоханесбург и да посетат група на летувалишта и во Јужна Африка и во Зимбабве, а Еар Зимбабве и неговите поврзани оператори за туризам беа во можност да понудат само атракции во Зимбабве. Подоцнежната авиокомпанија сега е превозник на малцинство во сообраќајот во и надвор од Викторија водопадите, кои во моментов добиваат значителен износ на чартер летови. Меѓународниот закажан патнички сообраќај на аеродромот на Водопадите е зголемен за над 600% во периодот од 1990-1996 во споредба со порастот од само 30% во Хараре. Сигурни рокови за патување на аеродромите на Викторија водопадите не е достапен во периодот по 1994 година, но помеѓу 1987 и 1994 година тековите се зголемени за речиси 500%.

Иако вкупниот износ на сообраќај постапува во Хараре аеродромот и продолжува да се зголемува на национална авиокомпанија и не е во можност да го задржи нивото на пренос во туристичкиот сообраќај на Викторија водопадите поради конкуренција од директни летови до центрите од Јужна Африка. Додека другите авиокомпани во регионот имаат развиено просперитетен чартер сообраќај на доходот од овој извор на Еар Зимбабве е обично помалку од 5% од неговите вкупни приходи.

Одморалиштата како што се Викторија водопадите и Националниот парк и резерват „Хванге“ беа воздушно поврзани со националниот аеродром Хараре, а деловниот потфат преставуваше голем успех на почетокот. Сепак, домашните трошоци на авионската компанија „Ер Зимбабве“ не ги прекриваат оперативните трошоци; и освен тоа, покачувањата на цените на картите во почетокот не беа потврдени од Министерството за транспорт. Како резултат на тоа, турите станаа неекономични за да бидат применети.

Врз операциите на „Ер Зимбабве“ беше наметната строга државна контрола на структурата на цените на авионските билети и трошоци, како и конкурентна позиција на нејзините долги летови помеѓу Обединетото Кралство, Германија и Зимбабве. И додека другите авиокомпани како што се „Бритиш Ервејс“, „Ер Френс“, „Луфтанза“ и



„КЛМ“ можеа постепено да ги зголемат цените на долгите летови, „Ер Зимбабве“ честопати мораше да трпи одложувања до три години пред барањето за покачување да биде одобрено и потврдено од Министерството.

За време на овој период на чекање, огромните загуби беа постојани, а кога покачувањето на цените почна да се применува, вкупната цена на пакет одмор значително се зголеми поради фактот што тур операторите беа обврзани да ги пренесат овие нечести но големи покачувања на цените на авионските билети на нивните потрошувачи. Недостатоците на оваа строга државна контрола на цените на билетите станаа особено очигледни во доцната 1992 година кога цените на авионските билети помеѓу Хараре, Кариба, Викторија водопадите и Хванге се зголемија за 35 проценти. Компанијата „Ер Зимбабве“ го одбрани ова значително покачување како потребно со цел да се покријат покачените оперативни загуби на нивните домашни патишта, односно маршрути. Во исто време, најголемите тур оператори ги препознаа потенцијалните опасности на овие неверојатно покачени патнички трошоци, тврдејќи дека тие би ги обесхрабриле интернационалните туристи од доаѓање во Зимбабве и дека, на тој начин, намалените акции кои „Ер Зимбабве“ ги поседува на пазарот на долгите патувања се намалуваат уште повеќе. Иако и други фактори придонесоа за намалување на акциите кои Зимбабве ги поседува во јужноафриканскиот туризам, стравот на приватниот сектор во 1992 година се потврди за точен.

Во почетокот на 1990 година, беа направени напори да се зацврсти маркетинг стратегијата на туризмот на Зимбабве со формирањето на Советот за туризам на Зимбабве. Така, во 1994 година, компанијата „Ер Зимбабве“ соработуваше со хотелски компании и тур оператори во една нова програма со цел да се промовира Зимбабве како дестинација низ цела Европа, Северна Америка и Австралија. Владината контрола врз туристичката полиса беше ублажена во 1996 година кога Корпорацијата за развој на туризмот беше заменета со Управата за туризам која ја презеде одговорноста за промовирање на Зимбабве како дестинација низ целиот свет. Таа беше одговорна за низа други функции во туризмот, како што се надзор над хотелите и установите за сместување во главните одморалишта.

Ер Зимбабве

Иако крајот на дваесеттиот век се соочи со ублажување на многуте правила и забрани наметнати од страна на државата врз функционирањето на компанијата „Ер Зимбабве“, во поголемиот дел од првите две декади од независноста таа беше една од групите цврсто контролирани и управувани од страна на владините тела. Кога авиокомпанијата беше формирана во 1980 година, таа ги наследи авионите и



споредните уреди од претходната организација „Ер Родезија“ чиишто претходници ги наоѓаме во 1933 година и се од компаниите „Родезија“ и „Насаланд Ервејс.“

Заедничката дневна услуга помеѓу Лондон и Хараре обезбедена од страна на „Бритиш Ервејс“ и „Ер Зимбабве“ датира од прогласувањето на независноста во април 1980 година, но директните летови подоцна беа воведени од страна на „Луфтанза“, „Ер Френс“, „Свисер“ и Португалската авиокомпанија „ТАП.“

Заедничката маршрута помеѓу Хараре и Перт е единствената редовна врска со неевропска дестинација. Строгите ограничувања наметнати врз правилата на авионските билети на „Ер Зимбабве“ веќе беа констатирани а беа воведени и слични ограничувања при купувањето и заменувањето на старите авиони наследени од „Ер Родезија“ со нови.

И покрај тоа што ургентните потреби за модернизација на флотата, отворањето на нови патеки и модернизацијата на аеродромот беа утврдени во Првиот национален план за развој, многу малку беше постигнато во првите неколку години независност. Авиокомпанијата имаше недостиг од авиони соодветни за разните побарувачки на долгите, регионалните (во границите на Африка) и домашните услуги, и во текот на многу години, главните аеродроми кај Хараре и Викторија водопадите не беа во можност да го прифатат големиот авион за долги дестинации „Боеинг“ од 1980 година. На главниот пат Лондон-Хараре „Бритиш Ервејс“ можеа да го управуваат леталото „Боеинг“ кој беше со голем капацитет, но партнерот „Ер Зимбабве“ можеше да го понуди само помалиот „Боеинг“ 707 добиен од Луфтанза.

Во границите на Зимбабве, и во маршрутите до другите Африкански држави, авиокомпанијата беше обврзана да ги искористи старите авиони неспособни да го искористат горивото - сериозна забелешка, бидејќи 40 проценти од потрошувачката на распределбата на странската валута на „Ер Зимбабве“ беше на сметка на воздухопловството.

Во 1983 година Министерството за транспорт доби барања за купување на флота „Боеинг“ 747 за долги дестинации и „Боеинг“ 737 за пократки, но спогодбите беа одложувани се до 1985 година. Се разгледуваа разни опции за преземањето на разни видови авиони. Неспособноста на многу помали домашни аеродроми да ги прифатат предложените авиони уште повеќе го оддолжи купувањето на флота авиони со кои „Ер Зимбабве“ би ги исполнил сите потреби на туристите како што е доследно.

Авиокомпанијата речиси и не профитираше што се должеше на овие неефикасни операции и функционирање, а загубите кои достигнуваа до 25 проценти од тоталните годишни приходи беа веќе вообичаени во 1990 година, периодот пред приватизацијата. Авиокомпанијата „Ер Зимбабве“ отсекогаш зависеше од владата за



годишната субвенција да го покрие овој дефицит. Долгите авиолинии помеѓу Хараре, Лондон, Франкфурт и Атина обично придонесуваат околу 10 проценти од целиот сообраќај, а во периодот на предприватизација овие услуги останаа профитабилни и имаа свој придонес во соочувањето со ситуацијата на загуби на домашните летови.

Иако работните задачи и одговорности на регионалните Африкански услуги вообичаено беа помали од Европските летови, сите маршрути ги покриваа директните трошоци, а профитабилноста се зголеми кон крајот на 1980 и 1990 година. И покрај процесот на приватизација, „Ер Зимбабве“ се уште зависи од поддршката на владата поради што и се соочува со мешање од други страни, на пример, кога треба да се купи некое летало или кога треба да склучи договор за одржување на опремата со други компании.

Неадекватноста на интернационалните туристички услуги и уреди во Зимбабве најдобро се илустрира преку постојаните одложувања на плановите за модернизација на главниот аеродром во Хараре. Аеродромот е главно средиште за сите домашни, регионални и интернационални маршрути на Зимбабве, како и терминал за многу други авиокомпаниии кои нудат услуги во државата. Се до почетокот на 21 век се применуваа патничките уреди на колонијалната ера со тоа што се искористуваше поранешен магацин на транспортна стока како домашен терминал. Иако пистата денес одговара на сите современи авиони со висок капацитет, сепак до неодамна беа вообичаени долгите одложувања на очекуваните летови. Приливот на туристичките патувања во почетокот на 1980 година се појави како резултат на девалвацијата на доларот на Зимбабве, а шест авиокомпаниии со авиони со голем капацитет го користеа Хараре до 1983 година – сето тоа резултира во метеж и блокада на терминалот. Денес е достапен нов терминал, но бројот на прекуокеанските авиокомпаниии кои го користеа Хараре како основен терминал значително се намали.

На туристичката обиколка Хараре-Кариба-Викторија водопади-Хванге-Хараре се уште и се заканува невозможност на аеродромот Кариба да прифаќа авиони како што е „Боеинг“ 737. За езерото Кариба да остане дел од популарниот туристички аранжман „Викторија водопади,“ мора да се инвестира во подобрување на пистата или во зголемување на бројот на помали авиони кои би ги пренесувале патниците од Хараре.

ЗАКЛУЧОЦИ

И туризмот и индустријата на Зимбабве и Еар Зимбабве морале да направат многу значителни промени во нивната структура на менаџмент и маркетинг со цел да се приспособат на барањата направени од страна на меѓународните туристи за воздушен транспорт. Заедно со многу други мали земји во развојот, владата на Зимбабве е должна поддржи својата национална авиокомпанија со редовните субвенции и да и



овозвозможи таа да се натпреварува со многу поголеми претпријатија со седиште во Европа и со дестинации во Јужна Африка. Либерализацијата на Еар Зимбабве во средината на 1990 година се изложени на слабостите кои претходно се заштитени од конкуренцијата од страна на државата и финансиска поддршка. Во декември 1997 година конференцијата на меѓународната асоцијација за воздушен транспорт се одржа во Викторија водопадите, импликациите на конкуренцијата се дискутираше во врска со Африканските држави како Зимбабве. Земјите кои имаат свои мали авиокомпаниии беа советувани да ги соединат своите ресурси за борба против континуираните закони во нивниот сообраќај од големите Европски компании и од Јужно Африканските патишта. Вториот на пример, има рамен на над 50 авиони, вклучувајќи неколку боинг 747, а Еар Зимбабве има само 9 авиони од кои најголемиот е боинг 767 со вкупен капацитет помалку од 300 патници. Јужна Африка Еарвејс продолжи да го зголемува својот удел на меѓународниот сообраќај кои се пренесуваат преку Јоханесбург до и од Викторија водопадите и некои европски авиокомпаниии кои претходно работеле директни правци до Хараре сега лета директно до Јоханесбург за трансфер услуга на Викторија водопадите. Еар Зимбабве продолжува да одржува летови до други источни и јужни Африкански земји, иако има директни врски со Виндхук, Габероне, Кејптаун и Мапуто беа отсечени во доцниот дваесети век и овие градови сега се само достапни од Хараре преку Јоханесбург. Ако конкуренцијата авиокомпаниии продолжи да се зголемува тогаш Еар Зимбабве ќе остане комерцијално остварлива, можеби ќе треба да се ограничат активностите на домашните услуги заедно со избраните правци дали со соседните авиокомпаниии на неколку центри во други држави во Јужна и Источна Африка. Националните авиокомпаниии, сепак некономични, отсекогаш се сметаат за суштинска и престижна компонента на структурно независна држава. Ако продолжат актуелните трендови тогаш едноставно решение за Еар Зимбабве може да биде да го изгуби својот посебен идентитет и да се обнови регионалното Јужноафриканско друштво со соседните мали авиокомпаниии кои се соочуваат со слични проблеми.

Развој на туризмот во земја. како што е Зимбабве, на краток рок во најмала рака, во голема мера зависи на долги дестинации на меѓународниот пазар. Дискусијата презентирана во ова поглавје нуди прелиминарна анализа на односот и неповрзаноста присутна меѓу формулацијата на Владината политика за туризмот и авиокомпаниите како алатка за развој. И покрај континуираните напори да се развие туризмот во Зимбабве ограничувањата дадени од страна на неповрзаната стратегија на авиокомпанијата ќе продолжи да ги попречува можностите за поттикнување на туристичкиот сектор да се заврши ефикасно против соседните дестинации. Иднината не изгледа ветувачки.



КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Бритон, С.Г (1992), политичката економија на туризмот во Третиот свет анализите на туризам истражувања, 9 331-356.
- Купер, К. и Ванхил, С. (1997) развој на туризмот, животната средина и општеството прашања. Њујорк, Вајли.
- Дебац, К.Г. (1994). Меѓународната авионската индустрија, Глобализација, регулатива и стратешки алијанси, весник за транспорт географија, 2 (3) 190-203.
- Де Кадт, Е. (1979). Туризам, пасош за развој? Оксфорд: Универзитет Оксфорд Весник.
- Елисон, А.П. (1990) Јужна Африка - рехабилитација и регулатива. Весник на транспорт, економија и политика, 24 (2), 215 - 218.
- Греам, В.Ј. (1995). Географија и воздушниот транспорт. Крисчестер: Вајли.
- Насип, Д (1996) транспорт и земјите во развој. Лондон: Рутлеџ.
- Хофтон, А. (1989). Развивање на Светот авиокомпаниите - како тие можат да преживеат и да успеат. Во М.Џ. Херати (Ед), светот во развој сообраќај (стр. 309-312). Лондон. Гросенвор.
- Мутанбрива, Б., и Тутон. Б.Џ. (2000). Воздушниот транспорт операции и политика Зимбабве 1980 - 1998: Дневник за транспорт Географија, 8, 67-76
- Пејџ, С. (1994). Транспорт за туризам. Лондон: Рутлеџ.
- Пирс, Д. (1987). Туризам денес: Географска анализа. Харлоу: Лонгман.
- Симон, Д. (1996). Транспорт и развојот во светот. Лондон: Рутлеџ.
- Трутон, Б.Џ. и Мутанбрива, Г. (1996). Воздушниот транспорт услуги, како и проширување на меѓународниот туризам во Зимбабве Туризам менаџмент, 17 (6) 453-162
- Зимбабве, туризам тело (2002)
- Зинјама, Л. (1989). Некои од последните трендови во туристичките пристигнувања во Зимбабве. Географија. 74 (1). 62-65.



ТЕМА.БР.6. МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И РАЗВОЈОТ НА ДЕСТИНАЦИИТЕ

Вовед

Дестинации се клучна функција на туризмот и нивната еволуција, структура, функционирање, слика, економија и маркетинг кои се широко пропратени во истражуваната литература. Дестинации се исто така еден од клучните градежни блокови за развој на двата домашни и меѓународни туризми преку нивната функција на обезбедување фокус за посетителите и инвестиции во туризмот за поврзаните активности. Со текот на времето и како што растот се случува, некои дестинации исто така, стана генератори на посетители. Ова поглавје истражува опсег од транспортни прашања кои се вклучени во дестинација развој и покажува како транспортниот систем може да го поттикне туризмот преку анализа на појавата на Кернс (Queensland, Австралија) како меѓународна дестинација. Поглавјето влекува претходни истражувања во оваа област да се изгради теоретска основа на идните студии за улогата на превоз во дестинација, развој. Со оглед на значително влијание дека новите транспортни технологии имаат форма врз структурата и економијата на патувањата и туризмот, бидејќи Томас Кук на железничкиот, како трет патнички режим (патот и морето да биде прв и втор), и значењето на тој пат како почеток на модерниот туризам - ера "(Prideaux 2002 a), односно разбирање на централната позиција која ја извршува превозот во индустријскиот туризам како важност, ако се подразбира сеопфатноста во иднината на еволуцијата на дестинации. Оваа глава се осврнува на влијанието на транспортот на дестинација развој но терминот дестинација не е јасно дефинирана во литературата или во просторна смисла, функционална смисла, политичка смисла, или економска смисла. Често, во литературата се користи термините дестинација летувалиште. Така, еден крајбрежен туристички град како што е Брајтон во Велика Британија е наведен како одморалиште во литературата кое потекнуваат од Обединетото Кралство, но на слична големина крајбрежен туристички град во Австралија и делови од Азија, се ословувале како дестинација. Со оглед на овој недостиг на јасност со дефинирањето на ова поглавје комбинира две гледишта на дестинации. На широк поглед се однесува на било која може да се одреди просторот област каде што туризмот е воспоставена индустрија и привлекува посетители од региони или земји надвор



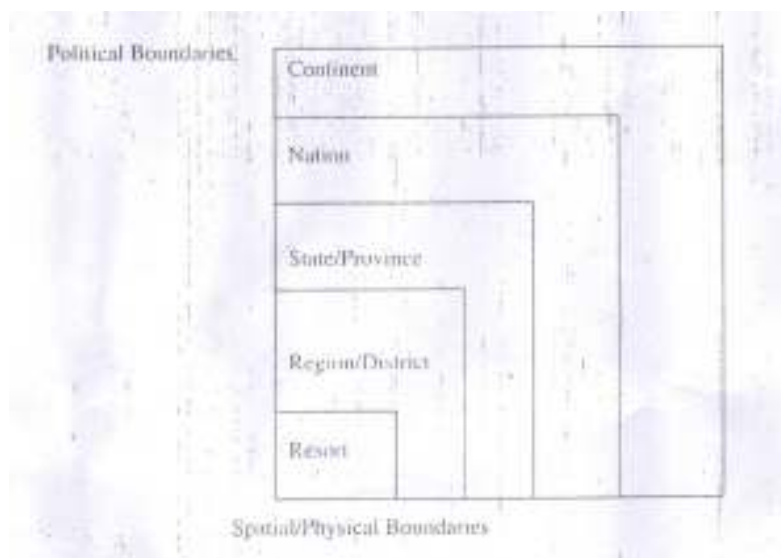
од таа дестинација. А дестинација во оваа смисла може да се дефинира како мали како поморски села или планински одмор град или како регион, држава или нација. Вториот преглед на дестинации е многу потесно и комбинира концепт на одморалишни корисници, кои ќе опише специфична урбана област специјализирана во туризмот со терминот дестинација, кога се користи за да се опише ваквата област, да се создаде терминот одморалиште дестинација.

Во оваа смисла, терминот одморалиште дестинација опишува специфична урбана локација која специјализира во туризмот и е дефинирана од страна на функции кои се предвидени, вклучувајќи: назначена област резервирани за човеково слободно време консумирање; обезбедување на услуги за време на краткорочни посетители; содржат спектар на туристички атракции; и да се обезбеди комерцијални сместувања. Без оглед на големината, посетителите на дестинацијата мора да патуваат од нивниот дом, од кои потекнува или генерира на регионот, до дестинацијата преку некоја форма на транспорт. За да се додаде јасност во концептот на дестинацијата и сортата на сетилата ј терминот во кој е, спроведен во литературата и во праксата. Слика 6.1. Целна класификација Матрикс беше развиена. The Matrix илустрира дестинации на просторната скала, почнуваат со одморалиште и растење во обем со што ги опфаќа континентите. На вертикалната оска дестинации се идентификуваат според нивните политички граници. Во многу области на светската политичка граница постојат просторни области, кои покажуваат особини на туристичка дестинација (Тимотеј 1995, 2001). Така, Нијагарините водопади е поделена помеѓу САД и Канада така што на ист начин е Викторија водопадите која седи помеѓу границата Замбиан - Зимбабве. Во дестинација матрицата на следниве класи на дестинации се идентификувани од страна на политичките и просторни граници. Одредување на дестинацискиот статус во одреден туризам ориентирана локација често е функција од перспектива на посетителот или тур-оператор. Така, во Јапонија, Франција, може да се продаваат како "единствен" дестинација. Французите, сепак, ќе видите Франција е како серија на дискретни дестинации.



Табела 6.1.Класификација на дестинацијата

Figure 6.1. The destination classification matrix



Одморалиште дестинација

Овие се најмалите дестинации и вклучуваат области и градови, кои се фокусираат на плажа, спа, езеро, планина, морски, наследство, градскиот живот (Хонг Конг и Сингапур) и ски туризам.

Регион / Зона. Региони и зони се области врзани заедно од: барем едно физичко или културна карактеристика што се разликува од околните области. На пример Езеро Опфат на Велика Британија е регион каде што физичките пејзажи (серија на езера) е во фокусот на туристичката активност во САД, Вашингтон, град кој се состои од Колумбија и е посебен политички регион / лице од местото каде опкружува.

Нација/Држава. Овој термин се однесува на една нација или држава, а во некои случаи на политички единици во рамките на една нација. Така, САД е држава, исто така е составен од 50 држави. Во Австралија, исто така, на една држава, таму се суб-национални ентитети познати како држави, додека во Канада суб-националните единиците на оваа структура се познати како провинции.

Нација. Од перспектива на странец, посетител една нација може да биде-гледа како на единствена дестинација. Додека малите народи можат да



имаат само еден главен фокус на туристичката дејност, Монако, на пример, поголема нација може да биде генерално сметена како многу дестинации.

Континент. Антарктикот е континент и обично се смета како дестинација. Австралија паѓа во слична категорија за многу не-австралиски посетители.

Улогата на превоз

Во дваесет и првиот век патувањето стана безбедно смиреност, брзи и релативно евтини. На патување од една точка за потекло на дестинација стана рутина и жалбасо што често се прави во врска со удобноста на места или на квалитетот на услугите понудени од страна на транспортните оператори. Но, патувањето не било секогаш безбедно, прво удобни или евтини и историјата ни остави многу сметки на авантури и тешкотии кои раните патници мораа да го истражат светот во пред-модерна ера (Prideaux 2002a). Историски записи ни додаваат некои разбирање во улога на транспорт во минатото. Херодот се први на историјата, со снимен патеписец со многу фасцинантен увид во живот и патување во Средоземното Море и Блискиот Исток во петтиот век п.н.е. (Casson 1974). Во третиот век п.н.е., листата на седумте светски чуда (Casson 1974) беше составено од непознат научник за патниците во таа ера. Повеќе од овие сајтови се стари, дури во третиот век пред новата ера се конституираа икони на современата ера.. Prideaux (2000a) обезбедува детални сметка на развојот на транспортот и нејзиното влијание врз развојот на туризмот од Херодот за сегашноста и го нагласува значењето на транспортните системи и нејзината технологијата како олеснувач на патувањето во минатото, во сегашноста и исто така, во иднината. Голем број на истражувачи имаат признаено дека ефикасна транспортна мрежа се потребни за предуслов за развој на туризмот и игра клучна улога во развојот на домашниот и меѓународниот туризам (Teue 1992). Меѓутоа, односот меѓу туризмот и транспортот, а поконкретно на односот помеѓу превоз и дестинација растот во голема мера била игнорирана. Ова е изненадувачки но тие како Prideaux (2000b) забележа дека на работењето на транспортниот систем често се зема како дадено влијание што може да се врши транспорт во текот на обликот и благосостојбата на туризмот, кои често се игнорирани.

Историјата илустрира улога на транспорт во дестинација развој. Масивната проширувањето на морскиот брег во извештаите на деветнаесеттиот век Британија-стана можна изградбата на железнички мрежи



кои нудат брзо и удобно патување (Gilbert 1939 година. Kajzer & Helber 1978). На сличен начин, со подобрена мобилност понудени од страна на автомобилот и авионот стана дополнет развој на двата домашни и меѓународни туризми во дваесеттиот век. Chew (1987) го опиша влијанието на железниците, автомобилите и авионите како три транспортни револуции кои оформуваат туризам. Улогата на транспорт во дестинација раст може да се мери од бројот на перспективи кои вклучуваат разгледување на локацијата на потеклото и дестинацијата регион, на транспортната инфраструктура што е потребна за да се поврзе и современи економски системи за производство. Од потеклото перспективата, оддалеченоста и видот на транспортните услуги кои ги поврзуваат потеклото на одредиштето се, важни фактори и може да се опише со примена на концептот на периферните абитуриентски дестинации перспективи, на растојание што го одделува од различните потекло пазари на кои тоа се базира, со што посетителите ќе имаат значително влијание врз структурата на инфраструктурата на дестинација и за пласманот на посетителните сегменти на услугите. Од друга перспектива на масовниот туризам феномен на дваесеттиот век, била дополнета со сооднос на нова транспортна технологија со Фордисовите обрасци на производство и потрошувачка. Во иднина новите форми на туризам (Tores 2002), како нео-Фордист, туризмот е опишен како ниша на пазарот со масовен туризам и пост-Фордист туризам опишан како специјализирани / индивидуализирана масовен туризам со што повеќе е популарен и бара нови одговори од страна на транспортниот сектор.

Поглед на потеклото

Структурата и улогата на перифериите го привлекоа вниманието на туризмот во литературата и е соодветен концепт околу кој треба да започне дискусијата на местото на транспортот во дестинација за развој. Во суштина периферијата е просторен концепт на мерки на локацијата за точка на интерес во оддалечена локација од далечина, или перцепција на далечината, што го одделува од јадрото. Во туризмот на јадрото е земен да биде туризмот со генерирање на регионот и продолжува понатаму на периферијата.

Parce (1995) и Weaver (1998) имаат развиено голем број на интерпретации на концептот вклучувајќи меѓународни основни-периферија динамично внатрешно јадро со внатрешна периферија со динамична (Weaver

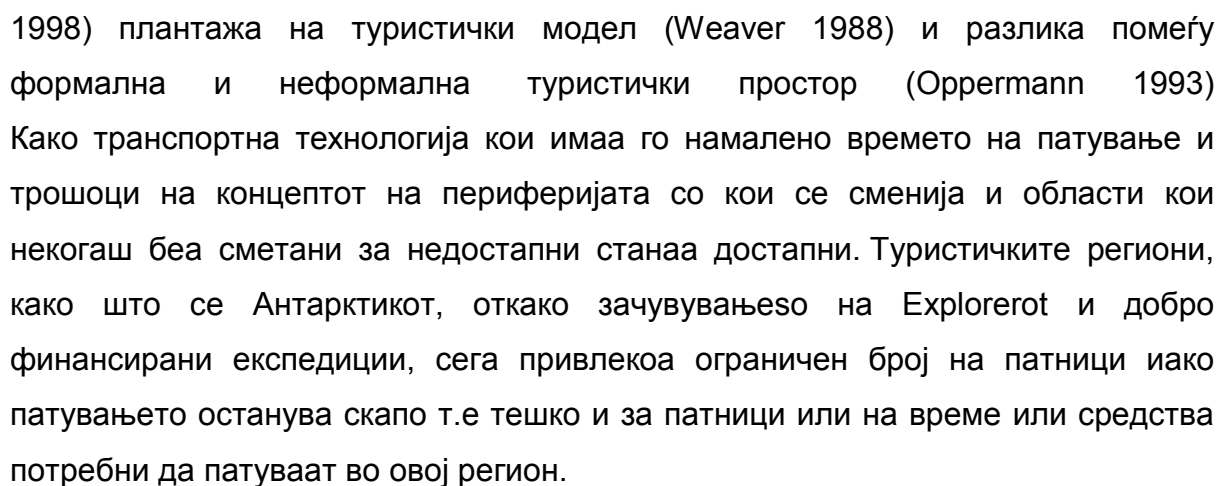
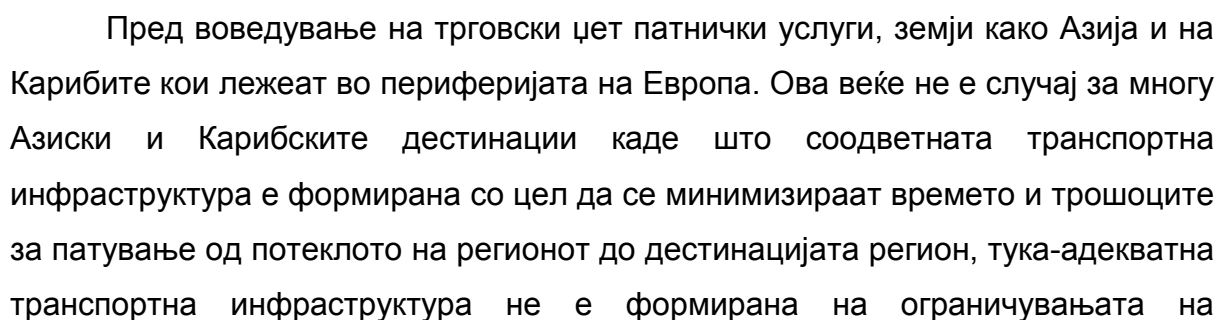


Figure 6.2. Impact of travel cost on demand in peripheral areas. Source Adapted and modified from Prideaux(2000c)





периферија Така, додека во Пекинг е директно достапен од многу европски главни градови, Тибет, во кои многу . Така, додека во Пекинг е директно достапен од многу европски главни градови, Тибет, во кои многу Кина-Европа летовите, остануваат тешки и скапи локации за патување. Фактори кои го детерминираат степенот или степен на периферијата од јадрото вклучуваат вистинска далечина, која се смета и далечината и трошоците за патување. Слика 6,2 илустрира на влијанието на транспортот, како фактор кој влијае врз патничките одлуки со намалување на степенот на периферна дестинација преку зајакната транспортна инфраструктура.

Во 6,2 Слика, на хоризонталната оска претставува оддалеченоста на патување, додека на вертикалната оска претставува на трошоците за патување. Потеклото на посетителот точка се претставува од точка А и поени Н, G и F претставуваат дестинација кои добиваат посетители од А. Дискреционите расходи е претставен од DE додека сместување цена е претставена од страна на Саладин. Туристички може да се замени меѓу овие расходи категории. На пример, туризам можат да тргуваат трошоците за дискреционите стоки и услуги - (' , како што се купување, патувања и забава) "за сместување на ЕК претставува транспорт пристап цена кои можат да бидат групирани во три категории.

- Вистинскиот билет
- времето потребно за да патуваат од потеклото на дестинацијата (каде што поединецното место чини време потребно за патување помеѓу потеклото и дестинацијата)
- трошоците за удобност (како на пример во железничките патувања постои прва класа а во воздушните економски седишта)

Бидејќи транспортните трошоци се зголемени со растојание од точка потекло тие се третираат како променлива цена. Во 6,2 слика, CC1 претставува максимален личен буџет. За целите на ова поглавје, CC1 се претпоставува дека претставуваат патување буџет на сите патници од потекло, но во реалноста секој поединец ќе има свој единствен буџет кои ќе ја одредат нивната индивидуална, патувачка одлука. Во овој пример, патниците 10 дестинации G и F имаат две опции патувања со ET1 да биде најмалку скапи додека ET е тој повеќето скапи. Патниците од Н, немаат опции од ваква



природа и поради структурата на транспортниот систем, сервисирање на дестинација, должи на повисоки транспортни трошоци T2 кој е поголем од максималните празник буџет CC1. Иако G и F се физички поодалечени тие се поевтини да патуваат. Туристи кои патуваат до дестинацијата Г имаат опција за избирање на барем, скап превоз опција и преразпределение на заштеда на други класи на трошоци. Патување до дестинацијата F е прифатлива доколку е направена T1 се користи, но не е направена T се користи. Поради високата цена на патување, дестинација H е малку веројатно да се привлечат посетителите, освен ако тие можат да ја зголемат нивните максимални патувања-буџет. Овој пример илустрира значење на превоз во патни донесувачки одлуки. Така, додека H е физички поблиску до потекло точка, но поевтини за пристап, дестинации G и Ф. Овој парадокс е објаснет од страна на гледање периферии што повеќе од растојанија-базирани и како што е предложено од страна. Prideaux (2002b: '381), концептот на периферијата треба да вклучува голем број на фактори, вклучувајќи далечина, пристапност, посетител, перцепции, и скала која може да се измери од малку периферни на многу периферни или изложба локација карактеристики кои го опишуваат како периферија во близина или далеку. Како додатен дел на овие фактори концептот повлекување и дестинационо притиснување исто така треба да се земат во предвид. На тој начин додека дестинацијата може да биде физички поблиску до коренот, дестинацијата може да биде објективно повеќе периферна поради вредноста или поради нивото на достапност. Локација на дефиницијата дали во близина или далеку од периферијата со ефект на инвестициските одлуки со маркетинг стратегии, јавни субвенции и стратегии за управување. Исто така постои и односи меѓу главните атракции на дестинација и на степенот на неговата оддалеченост. Како степен на оддалеченост се зголемува обемот и уникатноста на атракциите која мора да биде зголемена, со тоа што дестинацијата треба да ги привлечат посетителите, кои инаку би можеле да се ограничи нивното патување до помалку оддалечени места.

А дополнително објаснување за парадоксот на периферни статуси H е во однос на локацијата на потеклото и на други дестинации може да се најде во концептот на притисок и повлекување (Danii 1977 година, Закони 1995). Притисни фактори се однесуваат на комбинација на фактори кои поттикнуваат за патување надвор од локација каде потенцијалните туристи



живеат и работат. Како личен приход се зголемува и тоа може да се мери на национално ниво од страна на БДП. постои зголемен склоност да патуваат иако други фактори, вклучувајќи лични и национални безбедности, должината на годишниот одмор и ставови да патуваат можат да се константи. Во дестинации можат да повлечат фактори кои поттикнуваат посетители да изберат една специфична дестинација над своите конкуренти. Повлекувачките фактори вклучуваат единственост на дестинации и атракции кон неговата цена структура, безбедноста на сликата и на олеснување на пристапот.

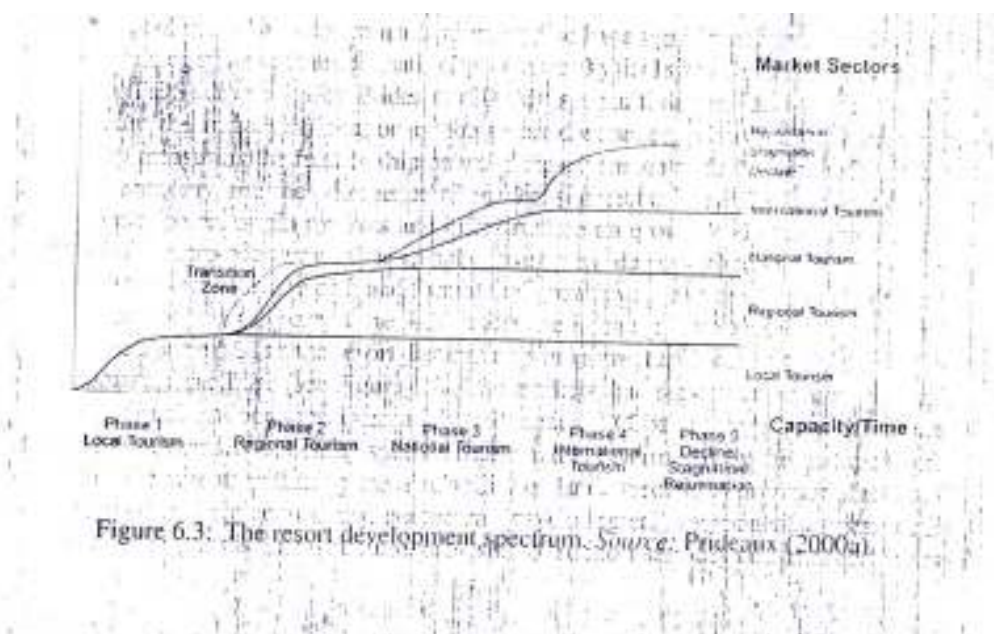
Перспектива на дестинацијата

Растојанието на изворните маркети од дестинација има исто така значајно влијание на развојот на дестинацијата без оглед на просторната и физичката големина на дестинацијата. Развојниот спектар на посетеност развиен од Прадих (2000д) е мултинационален модел што ги зема во обзир влијанието на локацијата на посетените дестинации во однос на нивните изворни пазари со определување на врската помеѓу експанзијата на инфраструктурата на дестинацијата, локалната економија и развојот на пазарните сегменти. РСП ја идентификува услугата на економските сили, изворните пазари и инфраструктурата на порастот и пазарни варијации кои макроекономските влијанија на дестинацијата на посетеност влијаат на инвеститорските одлуки од страна на понудувачите, и преку овие одлуки патеката и формата на порастот ќе се остварат со тек на времето. Започнувајќи со посетителите од блиските области, РПС го определува влијанието на експанзијата во нови пазарни сектори (гледај фигура 6.3) на определената инфраструктура на дестинацијата на посетеност вклучувајќи транспорт, хотели и комерцијални капацитети (гледај слика 6.4). Пазарите кои определна дестинација може да ги опфати вклучуваат регионални, национални и интернационални пазари. Придауц истражува дека капацитетот на посетителите е суштински локално определен фактор од околината, специфичните фактори на окружувањето, аспирациите на домашните заедници, перцептивните компоненти, одржувачки способности, јавниот одговорен сектор, инфраструктурата, спремноста на одржувачките сервиси и транспортниот пристап.



Фигура 6.3:Промените во инфраструктурата на ресортот со тек на време.Извор:Прадеаух(2000а)

Figure 6.3: The resort development spectrum. Source: Prideaux (2000a)



Стапката на растење на посетените дестинации варира и зависи од способноста на посетената дестинација да ги задоволи дванаесетте клучни критериуми, вклучувајќи го инвестирањето во нови транспортни инфраструктури, и одалеченоста на посетената дестинација од нејзините главни изворни маркети. Со дејствувањето на овие критериуми е конструирана контролна листа, која ако е остварена ќе овозможи пораст или ако е нарушен ќе го спречи порастот. Други фактори (Прадеаух 2006:323) кои влијаат на стапката на растење се:

- Главните туристички атракции (ова обично не секогаш ги вклучува националните и изградени атракции);
- Способноста да развијат еден ефективен и репрезентативен маркетинг на ресортот со дистрибутивни канали;
- Подршката дадена од локалните надлежни органи и локалните граѓани за туристички развој;
- Времето што на одредена ресорт дестинација и е потребно за експанзијана нејзиниот побарувачки капацитет;



- Носечкиот капацитет и одржливоста изразена како земјиште слободно за развој, способност на ресурсите како вода, природни фактори и политички фактори;
- Способност за привлекување на инвестиции и видот на инвестицијата;
- Нивото на поддршка дадена од регионални, државни и интернационални влади (ова може да вклучи поддршка маркетинг, градење на инфраструктурата и даночни концесии);
- Влијанието на конкурентните ресорти;
- Промените со тек на времето во националните и интернационалните економии.

Фигурата 6.3 илустрира врска меѓу растот и експанзијата на нови марки со тек на времето додека влијанието на експанзијата во нови марки во инфраструктурата на ресорт дестинацијата е прикажана на слика 6.4. На овој начин експанзијата на ресорт дестинацијата од локацијата што нуди само локален пазар во локацијата што нуди повеќе далечни марки ќе бара конструкција со дomet на транспортната инфраструктура што може да ги вклучи магистралите, аеродромите, повисок капацитет на железничките ленти и пловните терминали. Дometот на потребната транспортна инфраструктура ќе зависи од количината на туристите, употребените модели и во некоја мерка, поврзувањето на инфраструктурата што може да се случи кога има повеќе ресорт дестинации лоцирани во близина. Валидноста на РСД беше демонстрирана (придеаух 2000б) во и сончевиот „двете во“. Во Каирнс, отворањето на Каирнс, интернационалниот аеродром беше катализатор за експанзијата на дестинацијата на ресортот во интернационален пазар додека во Сончевиот брег отворањето на внатрешен аеродром овозможи ресорт дестинацијата да се прошири во Австралискиот меѓудржавен пазар.



Табела 6.4:Промените во инфраструктурата на ресортот со тек на време.Извор:Прадеаух(2000a)
Figure6.4 Changes in resort infrastructure over time.Source Prideaux (2000a)

Главни карактеристики	Фаза 1 - Локален туризам	Фаза 2 - Регионален туризам	Фаза 3 - Национален туризам	Фаза 4
Туристички видови	*Локални *Луѓе од блиските градови	Според фаза 1 плус: *Патувањето на туристите од области внатре во држава или регион *Возможен лимитиран туристички сообраќај меѓу држави поминувајќи низ областа или патот до поголем ресорт	Според фаза 2 плус: *Туристи кои патуваат на долги дестинации од сите делови на државата *Главните градови на државата стануваат главни пазари	Според фаза 3 плус: *Нагласување на интернационалниот туризам
Сместување	*Куќи на плажа *Кампови *Лиценцирани хотели(не одмаралиште) *Ефтини мотели *Хостели	*Развој на единица и апартман се појавува *2-3 ѕвезди ресорт мотели се појавуваат *Каповите се сеуште важни *Надворешни инвестирања почнуваат во хотелите	*3-4 ѕвезди хотели *интегрирани ресорти *Интернационално познати ланци на хотели придонесуваат за хо- телскиот развој на пр.: Хилтон,Рамада.	*Интернационалните хотелски ланци овозможуваат ресорт хотели *Бројни хотели со 5 ѕвезди кои можат да имаат голф игралишта, казина,шоуа во живо
Маркетинг	*Локална област и околни градови *Преземени од локален развој и/или туристичка асоцијација *Лимитирани капитали *Лимитиран професионализам *Приоритет на продавање наместо маркетинг	*На државно ниво *Може да привлече владин капитал *Бизнисите оперирани во ресортот рекламираат на индивидуална база *Зголемување на професионализмот на рекламните кампањи	*Се воспоставува персонално обезбедено промотивно тело *Здружени кампањи со државата и локалната влада и локалните бизниси *Хотелите и главните атракции финансираат значајни кампањи во локалните бизниси	*Многу професионален пристап*Може да привлече значајни владини финансирања *Корпоративно рекламирање многу значајно *Добро развиена маркетинг стратегија
Атрактивност (Главните карактеристики се природни или изградени)	*Лимитираност со плажи и околни области на централни убавини како национални паркови	*Првично изградени атракции генерално на мала скала *Зоолошки градини може да бидат конструирани *На крајот од фазата поголеми видови забавни паркови како атракција ќе бидат планирани (ако има) распореди на воздушни услуги оперирани од локални воздушни линии	*Големи и забавни паркови и слични атракции ќе одбележуваат активно наместо пасивно учество	*Фокусот на влијанието ќе се помести од активности на плажа во активности надвор од плажа како забавни паркови и високо пазарен шопинг
Транспорт	*Многу лимитирани подрачја *Главен патен превоз *Возможно е некој железнички сообраќај во ресортот да е лоциран блиску до железничките услуги *Нема распоред на услугите	*Пристапот на патот е значајно подобрен *Други модели можат да бидат да бидат приклучени на развојот на инфраструктурата *Лимитирани(ако има)распореди на боздушни услуги оперирани од локални авионски линии	*Распоредени меѓудржавни воздушни услуги во соработка со национални оператори или авионски компании *Пристапот Пристапот до патот продолжува да се подобрува на пр.: автопати *Други модели можат да бидат значајно реконструирани пр:Бродски терминал и железнички услуги	*Интернационални воздушни услуги започнуваат *Други видови започнуваат да се развиваат *Во зависност од далечината од изворните пазари,воздушниот сообраќај може да стане доминантен
Полиси	*Генерално игнориран од локалната самоуправа	*Туризмот може да биде вклучен во документи на локалната владина полиса	*Потребата за полиса од локалните и државните авторитети станува очигледна	*Здравјето на ресортот станува грижа на создавачите на полиса на сите нивоа од владата
Малопродажба	*Малку специфичен туристички шопинг	Појавување на специфичен туристички шопинг	*Комплекси за шопинг се изградени да служат за туристичкиот пазар	*Отворање на продавници без даночни обврски, истакнување на купувањето на интернационалните брендови



Улогата на транспортот во растењето на CAIRNS како една интернационална дестинација

Развојот на Каирнс ја илустрира улогата на транспортниот систем во ресорт дестинацијата низ времето додека RDS објаснува како новата транспортна инфраструктура овозможува Каирнс да се рашири во многу одалечени пазари. Очигледно е дека со отварањето на Каирнс Интернационалниот аеродром се ограничува сликата за Каирнс како периферна Австралиска дестинација и го стимулира брзото растење во интернационални туристички постигнувања. Каирнс, лоциран близу север од Австралија, беше основан како порта која ќе служи за регионални рударења, агрокултура и идилични индустрии. Сценската убавина на градот, лоциран во влажните тропски дождливи шумски зони, беше откриен во првиот дел на дваесеттиот век но е релативно оддалечен од останатиот дел на Австралија и потребата да се патува со скијачки параброд одвратува многу туристи. Отварањето на поврзаната пруга за периферијата на Австралија во 1924 го намали ова чувство на изолација, меѓутоа, Каирнс сеуште окупира периферна локација релативна на Австралиските други главни регионални туристички региони. Довршувањето на еден целосно издржлив пат до Brisbane, државен капитал, нема да дојде дури после Втората Светска Војна. Меѓутоа, кога се конструира автопат се олесни Каирнс изолацијата и се постигна брз раст на внатрешниот државен патен туризам. Со порастот на нивото на автомобилската сопственост, долгиот период на после воен напредок, давањето на четири неделни платени годишни дозволи и популарноста на кампувањето направи за пет дена 2,720 километри околу патот меѓу Каирнс и Брушбен можни. Со порастот на патниот туризам бројни атракции беа конструирани и нови мотели беа отворени. Времињата на патот сеуште претставуваат пречка за внатршно државните посетители и додека со воведувањето на ледените патнички возови воздушни авиони го пратат отварањето на ледената стандард писта во 1965, бројот на посетителите од големите јужни метрополски градови од Сиднеј и Мелбурн беше ограничен. Воведувањето на ледените услуги ја доврши свеста за периферијата што Каирнс туристичката индустрија ја имаше претходно искусено во внатрешно државните пазари и од 1982/83 внатрешно државните туристи броеја 41,8% од сите посетители. Осознавањето на свеста за периферијата исто така паралелно ја оствари зголемената моќ на



оддалечените фактори како нови туристички продукти, нови хотели, голф игралишта и пазарни објекти. Значењето на авионското патување од другите форми на патување може да се види во дистрибуцијата на туристите од транспортниот модел. Во 1995/96, 11,8% од внатрешно државните посетители патувале до Каирнс со авион споредено со 73,4% кои патувале по пат. Во истата година, 21% од внатрешно државните посетители патувале до Каирнс по пат споредено со 61,8% кои патувале со авион. Во некои странски пазари, Сиднеј на пример, 88,3% од посетителите патувале со авион (Биро за туристички истражувања 1998).

Следејќи го успехот на маркетинг кампањите за привлекување на внатрешно државни посетители Каирнс бизнис заедница стана заинтересирана за ширење до далечните копнени пазари. Извештајот изготвен од ПАТА (Тихоокеанска Азиска Патничка Асоцијација) во 1981 ја определува можноста за интернационален туризам, ако еден интернационален аеродром е конструиран. Успешната посетеност на Queensland и Федералните Влади од CAIRNS резултира на Каирнс Отвореното Основање да биде основање за воспоставување на Каирнс домашен аеродром во еден интернационален аеродром. Капитализирајќи на силни врски првенствено основани со Австралиските туристи и Патувачката корпорација (QTTC) и Австралиска Туристичка Комисија (ATC), фамилијарните посети од клучните внатрешно државни и интернационални купувачи, патувачки пишувачи (Државно Министерство на Локалната Влада и Административните Сервиси 1986) и новинари и успех во привлекувањето членови на Влезни Тури Операторски Асоцијации (IOTA) да го посетат Каирнс Каирнс, осугуруваат дека Каирнс е обликуванн како дестинација на многу странски тури патувачи.

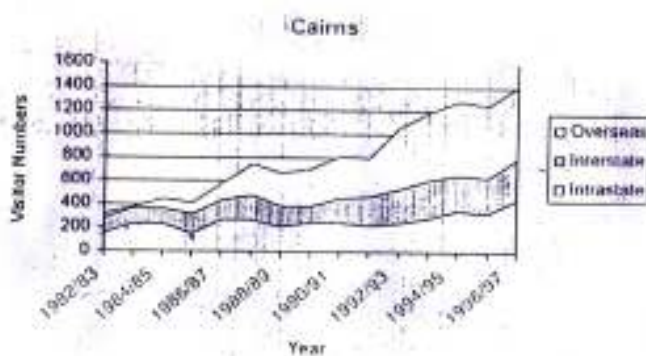
Отварањето на Каирнс Интернационалниот аеродром во 1985 дозволува директен успех за интернационалните пазари и стимулира инвестирање во 4 и 5 звезди туристички хотели, голф игралишта и други атракции (Prideaux 200d). Од 1996/97 интернационалните посетители се пресметуваат на 43% на посетители кои доаѓаат на Каирнс повеќе од 4.0% во 1983/84. Бројот на авиолиниите, вклучувајќи ги Qantas, почнуваа некои од своите интернационални сервиси Каирнс низ смалувањето истовремено на бројот на летањата и трошоците за многу Азиски посетители. Азиската претрпена криза од 1997 има значајно влијание на Каирнс и многу директни летови од Азиските



дестинации беа исчезнати или реадресирани низ Брушбен и Сиднеу спрема југ. Оваа акција ги зголеми времето и трошоците на патување од Азија за Каирнс според тоа кастингот што е повеќе периферна дестинација од другите конкуренти како Hawaii. Како последица, годишниот пораст на интернационалното пристигнувања на патници и напуштања помеѓу 1995/96 и 2000/01 во просек 0.9% споредено со 2.8% просечно годишен пораст на домашните патници низ истиот период (Cairns Port Authority 2002). Низ периодот бројот на интернационалните авиолинии вклучувајќи ги MAS, Singapore Авиолиниите и Garuda Индонезија последично даваа услуги на Каирнс. Една последица на редукцијата на дирекните летови беше опаѓањето на процентот на интернационалните посетители на 38.6% од сите посетители во 2000, исто така во нумерички односи се зголемија од 606.000 во 1996 на 777.000 во 2000, вклучувајќи ги интернационалните посетители кои пристигнуваат преку домашните авио услуги.

Слика 6.5. Пораст на посетителите во Карнс 1982/83 до 1996/97. Извор: Составување на анкета од австралиските посетители.

Figure 6.5 Growth of visitor types to Cairns 1982/83 to 1996/97. Source: Compiled from Queensland visitors survey.



Фигурата 6.5 го илустрира брзиот пораст на интернационалните посетители со отварањето на интернационалниот аеродром. Инвестициите во капацитети како продажни шопинг булевари, голф игралишта, нови посетени атракции, придодадени имоти и морски тури, апартмани за одмот и хотели за одмор за да го подржат интернационалниот пазар исто така се појавуваат за да



имаат треска ефект на домашните внатрешно државни и надворешно државни пазари привлекувајќи дополнителни посетители поради проширениот волумен и квалитет на туристичките продукти. Губењето на бројот на дирекните интернационални авио услуги после Азиската финансиска криза имаше разочарувачки ефект во довербата на Cairns туристичката индустрија, како и да е, како најава од Кантас дека тоа беше основа за нов мал трошок на слободна аволинија во градот да служи за интернационалниот пазар низ продолжување на улогата на Cairns туристичката индустрија. Авиолинијата, Австралиските Авиолинии, почнуваат летајќи со економска класа Boeing 767 летови од октомври 2002 оперирајќи подолу структурно приближно 20% помалку отколку нејзините основни авиолинии со целосна услуга слободна/бизнис конфигуриран авион. Користејќи четири авиони новите авионски линии со целосна услуга ќе го зголемат бројот на потенцијални места достапни до Каирнс приближно 170.000 годишно исто некои од овие транспорти можат да имат првенствено патувања до градот преку истите Брисберн или Сиднеј. Очигледно е дека отварањето на интернационалниот аеродром ги охрабри инвеститорите да градат опсег во нови способности привлечни за интернационалниот како и за домашниот пазар, затоа поставувањето на основата за порастот за домашниот и интернационален туризам после 1985. Намалувањето на летовите после Азиската финансиска криза и започнувањето на летовите од Австралиските авио компании во 2002 го илустрира значителното влијание кое се променува со структурата на транспортниот систем на дестинацијата кои ги засилува туристичкиот волумен.



ЗАКЛУЧОК

Иако често незабележително , очигледно е дека транспортниот систем може да врши значително влијание на формата и насоката која туристичкиот развој ќе го земе во обзир при бирање на дестинацијата. Како што далечината помеѓу дестинацијата и потеклото се зголемува , значењето на транспорт, вклучувајќи цена и можност станува значително важна. Оваа глава комбинираше повеќе теории и модели за да ја објасни оваа врска. Додека има повеќе фактори кои влијаат на одлуката за патување и избор на дестинација, опциите за патување кои се доставени од транспортниот систем или ќе ја овозможат или ќе ја оневозможат било која одлука за патување.

Како што транспортната технологија се подобрува, патувањето станува побезбедно побрзо, поудобно и поефтино од било кое време во минатото. Се очекува новите транспортни технологии да го продолжат овој тренд во иднината, но за дестинацијата да бенифицира од постоечките и понудените технологии , мора да се обезбеди соодветна транспортна инфраструктура. Оваа глава ја демонстрираше улогата на транспортната технологија и овозможи на транспортната инфраструктура да ги премине бариерите поставени од периферијата. Се разбира , можноста за транспорт нема да ги реши сите проблеми за туристичкиот развој така што дестинацијата мора исто така да има други туристички поврзани инфраструктури како и бројни атракции кои ќе генерираат интерес кај потенцијалните патници.

Улогата на транспортот е затоа онаа која лежи во позадина , забележана само кога е неадекватна на задачата или ги изневерува очекувањата на патниците и дестинацијата. За урбанистите , познавањето на лимитациите поставени од неадекватниот транспорт е од големо значење, како и знаењето на врската помеѓу транспорт и неговата потпорна инфраструктура , далечина, пристапна цена, и атрактивност на дестинацијата. Исто како што постојат примери на транспорт и неговата потпорна инфраструктура кои стимулираат развој на туризмот така има и други примери каде остварувањето на оваа опременост не го донесе посакуваниот стимул. На пример Биак , лоциран на Пацифичкиот океан северно од Иран беше идентификуван како место за развој на голем,интегриран туристички развој по линиите на Nusa Dua моделот (Prideaux 2000e) и голем хотел и интернационален аеродром беа изградени. Неуспехот на авиокомпанијата Гаруда да оперира директни интернационални летови до



Виа поради неможност на проектот да привлече клиенти резултираше со ниски цени за изнајмување и неуспех на областа да добие други туристички инвестиции.(ВТЕ 1999)

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Abeyratne,R.I.R (1993). Воздушниот транспорт и неговите последици врз туризмот. Анализи од туристичкото истражување 20, 450-460.
- Биро за туристичко истражување (1998). Домашен туристички монитор 1996/97. Канбера: Биро за туристичко истражување.
- Биро за транспорт и економија(1999). Адекватноста на туристичката транспортната инфраструктура во источниот дел на Индонезија,извештај 99. Канбера: Биро за транспорт и економија.
- Casson,L. (1974). Патување во античкиот свет.Лондон.Џон Хопинс.
- Chew,J(1987). Транспорт и туризам во 2000 година. Туризам и менаџмент, 18(2), 83-85.
- Dann,G (1977). Безаконие, подобрување на туризмот, анализите на туристичкото истражување 6(4), 184-194.
- Ferguson,A. (2000). Во времето на авиациониот пресврт. Кантас има големи планови за раст и просперитет. Нделен бизнис преглед. Август 29 до септември 4.
- Laws,E (1995) Туристички дестинциски менаџмент.Лондон.
- Pearce,D. (1995) Туризмот денеска од географски аспект.
- Prideaux,B. (2000a). Транспорт и турзам во минатото и иднината. Во: E.Laws, B,Faulkner. & G,Moscardo, туризмот во дваесет и првиот век.
- Prideaux,B. (2000b) Улогата на транспортот во дестинацијата за развој,2(1). 53-64.
- Prideaux,b.(2000c). Улогата на транспортниот систем во растот на крајбрежните летувалишта.
- Prideaux,B.(2000d). развој на летувалиштата. Туризам и менаџмент 2/(3) 225-241.
- Timothy,D.J.(2001) туризам и политички граници.
- Torres,R.(2000) Туристички развој во Канкун. Туристички студии, 2(1), 87-116



ТЕМА. БР .7. МЕЃУНАРОДНИОТ СООБРАЌАЈ И ПОСЕТИТЕЛИТЕ ДО ИСТОРИСКИТЕ ГРАДОВИ

Вовед

Критичните квалитети ги прават историски атрактивни места за посета кои се врска со минатото и имаат разновидни архитектонски периоди и стилови. Чувство на местата се комбинираат за да понудат специфичен карактер. Туризмот е игра и има поголема улога во економскиот живот на градовите од кога било досега и развојот на посетителите на економијата е повеќе ценет како катализатор за урбана регенерација. Во конкурентна, глобалниот пазар за дестинација, историски градови во Велика Британија и континентална Европа како и другите континенти се продаваат и промовираат од страна на урбаните власти, како и од страна на националните и регионални туристички организации (1994; 2000). Со многу малку исклучоци во сообраќајот се генерирани од туризмот, а понекогаш и историски градови имаат понуда на посетителите на културно наследство и имаат атракции во слободно време и активности во уникатен амбиент, особено евидентна во визуелната поделба на јавното царството.

Потребите на различниот туристички сектор ќе се разликува, сите посетители се во извесна смисла, купувајќи во наследство "искуство" или "производот" што тие "консумираат". Тие ќе доаѓаат со одредени очекувања, од сместување стандарди на услугата ниво и за греење на културните атракции и трговските можности. Сето ова мора да се одржи во висок квалитет и уникатен на животната средина. Контекст во историски градови е толку важно како и поединецот атракции, важен фактор што придонесува ќе биде на инфраструктурата, обезбедување и мрежа на транспорт. Просторот меѓу линкови и помеѓу клучните атракции или активност се обединувачки елементи на урбаниот туризам.

Тој одржлив промет на луѓе и стока е клучен фактор за одржување на овој интегритет и обезбедување на долгорочен успех како атрактивно место за локалното население, како и за посетителите. Соодветно планирање и управување на превоз - вклучително и одење - е потребно да се осигура дека историскиот град продолжува да функционира и да успева како живо место. Без таквата интервенција, таму е многу реална опасноста дека одлив и прилив



на посетители ќе имаат конфликт со ден-за-ден активности и движење на локалните луѓе. Со време, тој ќе ги отуѓи на оние кои сакаат да живеат. Работат и сопствените во слободното време во месноста, оставајќи го историскиот музеј како животната средина, неврзани и изолирани од "реалниот живот" на градот. Оваа поделба ќе ги испита овие проблеми и за оценување на степенот до кој тие можат да се решат. Конкретни проблеми што се изградија со текот на времето вклучуваат сообраќај метеж и паркирање, визуелно нарушување опасност, вибрациите и атмосферското загадување што го предизвикува оштетувањето на историски згради, како што се однесува до здравјето и безбедноста на оние кои одат пеш или со користење на не – моторизиран транспорт. Во некои случаи на обемноста на набљудувачите во затворени јавни места може да биде проблематична, да го загрозат спонтаното уживање на историските градови што повеќето посетители бараат. Во оваа глава, акцент ќе биде ставен може да се научи од историски градови кои се занимаваат со вакви проблеми, и како може да се информираат на проактивен и одржливи стратегии за историски урбани области во претходните фази на развојот на туризмот.

Промена и конфликт

Додека некои историски градови станаа добро воспоставени и популарни дестинации, други се појавуваат и брзорастечките економии и посетители. Урбаното културно наследство е сега нашироко ценето како економска и социјална предност. Урбанистички власти се така намерно негувањето на висок принос на културниот туризам врз основа на наследство и уметност особено кога постарите индустрии се намалија или преместија. (Еванс 2001 година). Некои може да се промовира како "културни четвртини" со места за настапи во живо, музеи и уметнички галерии, како и може да вклучува и "мора да се види" или "предводник на" атракција. Обично, има што ќе бидат голем број на мали и средни претпријатија, од кои некои се ориентирани кон локалните потреби, како и помали атракции и објекти кои се занимава со место - историја и современа уметност, кои привлекуваат локалните специјалисти за публика. Во многу случаи, значително посветеност и ресурси ќе се бара да создаде основна туристичката инфраструктура и објекти потребни, но ова се гледа како на инвестиција која ќе им помогне и регенерира локалната економија. Јавното финансирање може да бидат инвестирани и да се направи од областа



достапен сигурен и визуелн привлечен за посетителите, вклучувајќи ги и меѓународните туристи. Жителите може да имаат корист ако ова резултира во подобрувања на локален транспорт, заедницата на објекти и на јавното царството кои тие го користат на ден-за-ден основа како и од трошоците на посетителите, ако ова го зголемуваат локалните приходи и создава атрактивни добро платени работни места, кои жителите се способни да се нагоре. Во рамките на едно соодветно планирање, внатрешна инвестиција може да помогне во изнаоѓање на конзервација на изградено наследство и јавните површини и подобрување на животната средина за урбани заедници. Помалку интереси однадвор, исто така, може да поттикне чувство на доверба и граѓанска гордост: ако има значајна корист во посиромашните области каде ниско самопочитување е зајакнат од негативните перцепции за аутсајдерите.

Со доаѓањето на посетителите со автомобил или туристички автобус, сепак може да имаат влијание, кој е далеку од позитивна во историски четвртини чиј е вграден во форма и развиен во пред-индустриско традиционалните форми на транспорт. Во многу исламски градови во Шпанија, Северна Африка и на Блискиот Исток, на пример, на единственото средство за вршење луѓе и стока беше на грбот на животни, особено камили и магаре (Bairoch1988). Тесните улици на овие големи градови се наменети за пешачко движење кои се неудобни за повеќето возила на тркала. Тесни улички, тесни агли и стрмни ридови што се, ги сочинуваат историски градови и се предизвик за моторизиран сообраќај и присуството на возилата кое што може да го ограничи безбедено пешачкото движење. Големи сервисни возила обидуваат да преговараат за тесни крстосници често штета на историската ткаенина. Сепак мнозинството на посетителите кои сакаат да се доживеат атмосферата во историските градови пристигнуваат од страна на приватни автомобили, како и во развиените земји, како Велика Британија ова се издига до над 70% во мали и средни историски градови како што се Велика Британија, Кембриџ и Кантербери (англиски историските градови форум 1994). Обезбедување на доволни, соодветно и достапно, паркинг просторот, особено надвор од улицата, со што останува главен приоритет за градовите кои сакаат да се развие како туристичка дестинација. Посетителите има кои поминуваат во историските градови и има посетители кои престојуваат преку ноќ, и кога тие во центарот на градовите се со поголема веројатност во локалните



претпријатија и поминуваат и ги прашуваат околу продавниците. Сепак јавната одредба за високо сезонско и прилив на автомобил-сноси посетителите блиску до историското јадро да имаат важно прашање за користење на земјиштето распределба, како и деликатниот баланс како да се погоди со локалната побарувачка. Паркинг рестрикции во централниот дел на области со тоа направи поголеми и често синџирот на хотели на периферијата да има паркиралишта поатрактивни за посетителите кои пристигнале со автомобил.

Навистина паркинг стана значаен проблем и прашање за урбаните власти во историски градови во целиот свет. Не само што е таму ограничен на располагање простор во кој паркираат автомобили, паркирани еднаш тие често го прават историски градови толку привлечен за посетители. Додека паркиралишта се подземни визуелно помалку нападни, тие и можат да ги уништат археолошките остатоци под земјата и мулти приказна паркиралишта ретко седат удобно во низок пораст и мала урбана средина. Limited паркинг се додава и пешачки шеми, исто така, станува пречка за жителите кои живеат во историски центар. Мадрид е само еден пример каде што жителите се движат надвор од историскиот центар како паркинг проблемите што ескалираат. Сепак, тоа е животот во градовите, што е една од атракциите за посетителите и исто така, сакаат тоа да бидат "мртвите" туристички места.

Секунди само за автомобили сте посетител кои пристигнуваат од тренер и паркинг во контекст на историскиот град може да е грозен. Тренери обезбеди поефикасно средство за транспорт на голем број на посетители од автомобилите, но нема место за паркирање, нивните возачи можат да немаат друга опција освен да се започне да кружат додека нивните групни посети имаат атракција. Ова не само што придонесува за сообраќајот метеж, исто така го зголемува нивото на загадување. Во Лондон тренери кружат додека групи на посета во катедралата Сент Пол се, за неколку децении и имаат големо влијание врз сообраќајот на ниво, како и за квалитетот на воздухот во градот. Во почетокот од 1990 година Салцбург како е со 600 вагони на ден, вклучувајќи и многумина од Источна Европа чии патници ретко поминуваат повеќе од два часа во градот. Тренери беа главно стари, бучни кои испуштаат прекумерни испарувања. Одговор на притисокот на јавноста на градскиот совет е забрането за тренерите кои влегуваат во центарот без доказ за преку ноќ сместување или ресторан резервации, но овие ограничувања се покажаа



непопуларни преку ноќ за сместување или ресторан резервации, но овие ресторан покажаа непопуларни како локални бизниси поголем од очекуваниот пад во тренер. (англиски историските градови Forum1999).

Урбани органи низ цела Европа се соочуваат со проблеми од историските културни четвртини кои станале "жртви на сопствениот успех", вклучувајќи ги и проблемите на вишокот на побарувачка во капацитетот. Голем посетител на текови се изврши притисок врз инфраструктурата и може да биде штетна за животната средина и вежливост, особено ако тие пристигнуваат од страна на приватна кола или патување-тренер. Дури и претежно пешачки градови како Venice да стане пренатрупан во пикови периоди. Присуство на туристи може да предизвика локалните луѓе да избегнат некои области целосно (2000). Во такви, локални луѓе може да се чувствуваат отуѓени, како што е туризмот поврзан со развојот и комерцијалните активности кои ги граничи од уживање на јавното царството на сопствениот град (1994). Во времето туристите за индустрија нивните барања можат да ги победат и доминираат на историските урбани пејзажи до таква мера кои уништуваат многу квалитети дека историскиот резултат е на прво место. Рајзинг земјиште вредности може да менува основани локални жители и мали бизниси кои придонесуваат за соседството карактеристична за квалитети. Успехот на туризмот во историски градови и урбани средини е зависен од планирањето стратегија пристапи на чувствителните управувања на посетители во комплексот урбани ситуации, и физички и социјални. Превоз прашања се тесно поврзани со процесот на планирање и менаџмент, од колку посетителите да пристигнат во дестинација за нивното движење во нив.

Планирање на туризмот и транспортот во историските градови

Развој на туризмот во историски градови е до одреден степен, понудата управувана со достапноста на транспортни правци и услуги вршат силно влијание врз обемот и видот на туризмот побарувачката во одредени места во одредени часови. Од посетител гледна точка, транспорт е дел од искуството од изборот на транспорт да патуваат до историскиот град дестинација до точка на пристигнување и движење во рамките на историската област. Транспорт и користење на земјиштето страна планирање урбанистички органи и комерцијална политика и практики на транспортните оператори, и двајцата играат важна улога во одредување на квалитетот на "искуство" за



посетителите. Идеално одредба за туризам треба да бидат комплементарни, но во многу случаи конфликти се појавуваат т помеѓу одредба за движење на посетителите и локалната побарувачка.

Да се стигне до таму

Значењето на понудата управувано од туризмот во историски градови е моќно демон-отворени од полно-скала дерегулација на Европските услуги во 1997 година и на брзиот раст на евтини оператори, како што се Ryanair и лесен млазен кои промовираат кратки клунови независни од патниците: Оваа отвори наследство туризам до помалку позната и досега "неразглезен" дестинации, како што се Барселона и Даблин, но тоа исто така има на притисоците на популарна дестинација како што се Венеција и Прага, кои веќе се соочуваат со капацитет проблеми. Капацитетот и квалитетот на багажникот патишта и ориентација на патиштата, исто така, може да игра значајна улога во одредување на шаблонот на туризмот, каде што брзо патишта се поврзуваат до историски градови директно со главните населени места или со аеродромите и летувалишта. Сепак лесен пристап исто така има сигнали за брзо заминување. Дobar пат конекции се направи на градот Гранада, а особено палатата Alhambra, популарен ден дестинација за тренерите од крајбрежните туристички места на Јужна Шпанија, предизвикувајќи значителен метеж на локалната инфраструктура со малку придонес за локалната економија (Obrash2000).

Како посетителите да стигнат до дестинацијата е важно и во маркетингот и исто така и во објектите кои треба да бидат обезбедени и каде линкови и толкување треба да се развива. Со оглед на високата зависност од автомобили и вагони, мора да одговори на потребата за ефективни стратегии за паркирање и натаму движење на големи струи на посетители кои се соодветни и за образецот на побарувачката и на природата на локалните услови, особено на капацитетот на патот и јавен превоз систем на микс на земјиште кое користи и достапност, како и соодветност на локации за паркирање. И покрај доминација на приватниот автомобил и туристички автобус, сепак на други повеќе одржливи форми на транспорт треба да бидат промовирани во интерес на градот како дестинација и на регионот како целина.

Со голема брзина и други меѓу-град железнички услуги, исто така продолжи да влијае на пристигнувања и брзо сигурени услуги може да се



промовира како поодржлив начин на транспорт посетители од патни возила. На пример, во брзо Велика Британија и често услуги од Лондон носат голем број на меѓународни, како и домашните туристи во Јорк, и ова му е дадена понатамошно зајакнување со "Првата железничка станица во Њујорк" кампања иницирана од возот оперативни компании. Попусти во над 50 атракции, сместување и ресторани се користи за да се поттикне Off-сезона кратки клунови (англиски историски градови Forum1999) .Некои историски градови се сепак помалку добри . На пример, уште една катедрала е градот Линколн, со помалку посети за да не се наоѓа на големи железнички или патни мрежи. Покрај ограничувањата на железничките возни редови, непријатни врски и тешкотии е пренесување на багажот кое може да претставуваат помалку атрактивна опција од врата до врата и практичноста е инстант за достапноста на автомобили и вагони.

Пристигнување

Каде што железниците се појави во 19 век, повеќе) нашите станици се наоѓаат во перифериите на оние (тој во тоа време беа урбаните центри. Аеродроми, кој се појави во 20 век биле сместени дури и пошироко. Соодветно на тоа, поени на пристигнување за многу домашни меѓународните посетители на важни историски градови можат да бидат во значителен оддалечува од атракциското место за туристичко сместување. Железничко оператори на поени доцниот 19ti век и почетокот на животот и оставија наследство на големи и импресивни главни и најимпресивните железничките станици кои се во градовите како Копенхаген, Хелсинки и Antvert атракции на себе и дека со право.

Исто така, постојат примери на добро-изградена модерна 'влезовите-исходи ", каде што туризмот ќе одобрил модерни згради, од кои корист локални жители и бизниси, како и нов аеродром и железничките линии за Олимписките игри во Барселона (1992) и Атина (2004). Некои терминали во експресни возови, исто така, понуди импресивна главни и најимпресивните "влезовите-исходи", вклучително и) и јас ТГВ станица во Лион Eusrostar Лондон Waterloo International. За жал, постојат и други превозни средства - аеродром, пристаниште во (траекти, железничката и автобуската станица, која не се добро изградена, одржувани и управувани, студено добредојде кои нудат и со тоа дополнително да придонесе за сиромашните на (соработка со посетители.



Да ги охрабрат луѓето | овде, особено оние кои за прв пат на посетата и не се запознаени со градот и локалните јавни транспортни системи и со цел да стигнат до одредиштето во историскиот град, важно е да се на линии меѓу доброто нудиме и на местото на пристигнување и дестинацијата. Ова нема да биде само во редовните и сигурен транспорт, во соодветните патоказна сигнализација во слики и во бројни јазици, но исто така и одредување на пожелна и атрактивна. На пример, посетителите кои пристигнуваат со очекување да види "историско" Не би сакал да на железничката или автобуска станица точка секвенца (разурната жени или несакани делови на градот, со цел да стигнат до своите дестинации. Во Бристол Милениум Пат "е (шема на мапата, и насоки рпатокази која сум поврзан железничката станица Храм Mids точка со областите на Pristni стариот што се развил во центар за одмор и активности.

Службите на автобускиот парк треба да биде во комбинација со станица за собирање на оставање и блиску до атракции или големи централната област во Хисторик Дистрикт. Ова е особено важно за овој (да се испитаат со автобус најчесто се постари луѓе или група, а во некои случаи родителите со мали деца. Ќе бидат потребни и вклопен план за развој на туризмот и неговото промовирање, како и развојот на туризмот автобускиот. Каде што има компактибилност и достапноста на земјиште за употреба од страна на соседите, Автобуси паркови и одморалишта за шофер може да се сместени во периферните локации каде што не попречат за локален сообраќај надвор од настан и ќе имаат пристап до главниот пат. На пример, во автобусот паркови во Виндзор се направени специјално за да ги задоволи потребите на автобус оператори, воз, чии посетители, и системот на плаќање) стравопочит им овозможува на своите гости подолго. Таа има центар за прием во бар, продавница, тоалети, информации, и Бирото за размена. Со видувањето на замокот, посетителите ги следат повеќе е јазик значи терминот на точка линија и голем број на нови шопинг област (Виндзор Кралската станица.

За повеќе parkingot) нашите посетители, е место на пристигнување, првите впечатоци и до точка на ориентација. Шалтерите, места за информации, ориентација на паркиралишта се многу важни компоненти за добредојде за посетителите на локацијата. Шеми за парк + диск може да се разработат, па да се поканат посетители да го користат паркиралишта во



градот и предградието да се користи редовно автобуска линија во центарот. Сепак, дури и кога паркинзи се наоѓаат во предградието мора да се одлучи за попреченост паркинзите во центарот. Во историска центарот на градот треба да се направи рамнотежа во овозможување на доволно простор за паркирање, без да се наруши уникатниот карактер на место. Исто така, паркингот за посетителите нема да влијае на граѓанското паркингот на граѓаните.

Патување наоколу

Многу градови нудат голем избор на активности, од кои некои се на поголема површина распространета тежина не е секогаш адаптирана. Во прилог на историско значење е можно дека постои атрактивна или други релаксирачки активност точка, или историска атракција може да се наоѓа и висок рид. И покрај желбата да се спроведат алтернативни средства за транспорт, приватно училиште и туристички автобуси, за нивните убедувања на прагот, а сепак (и да остане од најатрактивните и најзгодни средства за транспорт, особено ако време за размислување и истражување е ограничен. Инаку, локалните јавни превоз за сметаат несоодветни за патувањето во историската област.

Еден раствор е да се направи услуги за патување графичите за посетители, доколку дојде до таков превоз за специјални намени е изводливо. На пример, во Лондон, Барселона и Даблин да понудат повеќе автобуси за посета на повеќе села. Овие, исто така, им понуди на посетителите информации, обиколка водичите, па дури и намалувања за атракциите. Овозможи добра идеја да се ориентира посетителите кои доаѓаат и паѓа за прв пат, а оние со отворени кат нудејќи им можност да го гледате симбол место и сликаат. Во споредба со туристички автобуси, кои нудат поголема флексибилност за нивните патници, како и на практичен начин на големиот број на посетители помеѓу во градовите со никакви проблеми за паркирање и кружни учење. И покрај тоа, тие можат да понекогаш да биде видливо се гледа како наметнати, особено во помалите историски градови. Жителите на Бат во Обединетото Кралство е повеќе корозивни протестираше против автобуси за обиколка, вклучувајќи ги и тие се отвори и патниците во автобусите со нивните градинарски црева. Врз основа на фактот дека тие беа видливи и тие беа вулгарна и под влијание на површината сериозноста на историски моменти,



кои, поради тоа што се зголеми не е дозволено да влезат на познатиот Ројал полумесечина.

Метрополските подземни и железници (метро) навлегуваат во срцата на големите градови, дозволувајќи им се приближувам до голем број на посетители и локалните луѓе, како и е, без да се создаде ќор-сокак по улиците. Во споредба со мали или средни по големина, историски градови, каде што доминантна пристигна со автомобил или метро станица, може да ја олеснат влез во историски места како Ле Марс во Париз, Gamla Sten во Стокхолм, на Barri Gotic во Барселона, како и на Bankside во Лондон. Но, не на јужниот материјал на историски градови и големи археолошки останува тие можат да ја ограничуваат можностите за изградба на подземни системи, без разлика дали на метротото, или страдање. Изградбата на metroata во Атина и Истанбул ќе бидат (интерференција се чуваат од otkritijata на значајни археолошки откритија.

Во градовите со население од 0,5-3000000 и predgradiata метрополски центри на големи, лесно трамвај или железничките линии да може да им овозможи побрз транспорт на електрична енергија и транспорт, кои не загадуваат, особено ако нивната линија е настрана од другите, транспорти. Предградските поврзани со железницата и други покомплексни линии, може да се чуваат од изразување во стрмни и нивните патеки се флексибилни, така се непогодни за кривичното и испреплетуваат по улица во градовите како Лисабон, каде што старата транвај атракција и таа стана закон .

Нивната пати (што исто така можат да имаат подземни делови, на пример, Lewisham одлука да се прошири железници Лондонската светлината, која ќе се стави во 1999 година, на тунел под реката Темза на површината содржината е важен "преминувањето на морска Гринич: наследство годинава ќе присуствува на не повеќе од 2 милиони луѓе и за економија.

Од гледна точка на посетителите урбана јавниот транспорт треба да обезбеди послушен систем на градот и координирана мрежа на различни транспортни средства железничка точка, автобус, трамвај и услуги патишта. Главната карактеристика ќе вклучуваат следново:

- Замени за да се овозможи пристап на луѓето и со инвалидност и да се намалат rastojanijata за учење, соодветни објекти за чекање за лична безбедност, означени со знаци и определување информирање на



патници кои ќе биде да се разберат различните јазици, за вработените кои ќе бидат достапни и ќе обезбеди информации.

- Наредете дека се кредибилни и кои ќе го намали времето на патници во сретства менување.
- Билетите кои ќе бидат лесно достапни и ќе се користат во различни услуги и средства за јавен превоз.
- Сервис со информации, вклучувајќи и веб страна со достапните информации за сите потенцијални патници да можат да испланираат патување со можност да се резервира на on-line од дома.

За жал, многу системи за јавен превоз имаат недостаток на идеи. Расте антички и непланскиот развој, размена на наследен од различните фази на развој и ни точка конфигурација за да биде места и кој или невозможно да се подобри. Некои историски локалитети имаат добро организирани туристички јавен превоз, оставајќи многу примери истакна во метрото, трамвајот, автобус, траектот во Амстердам и во Минхен со нивните локални железници (S-Bahn), подземна железница (U-Bahn), трамвај и автобуси. Некои историски градови во централна Европа во Прага. Полска има релативно добра возилата за јавен превоз со модерен и добро изградени инфраструктура. Овие се тие кои имаат голем потенцијал да се зборува на туристи и да се донесе дополнителен придонес кон урбаната оператори, но услуги за информации и за билети во продавниците да имаат мал придонес кон оние што зборуваат други јазици.

Оригинални решенија

Користење на други начини на транспорт може да стане дополнителна атракција. На некои места има можност подобро да страдаат вода искористат овој пример. Овој начин на превоз може да се внесе нова вредност, но исто така може да бидат доста ефикасни и како превоз. Додека вода пати што е главната транспортот во Венеција, во Бриџ каналниот транспорт е главно туристичка атракција. Лондонскиот автобус до Riverside Еден биде е претставен во 2002 година, е обединета со градот систем за јавен превоз и ги поврзува повеќе од 30 и наследен културни атракции северно и јужно од реката Темза. Носат бесплатно вода систем чии информации ги покажува на патниците каде се наоѓаат и паѓа на патот и слики од следниве атракции.



За да се задоволат потребите на жителите и вработените и посетителите на градот, возила се дизајнирани да бидат достапни за луѓето | с со физичка попреченост, за оние со мали деца и оптоварени тешко товарот и шопинг.

Иако е релативно мал процент од посетителите користат овој начин, остатокот со велосипед е доста популарен низ цела Европа, а некои органи во Обединетото Кралство ќе ги подобри средства. На пример, овластените парк велосипеди во Taunton, 5 минути и учење од центарот, им овозможува на брава да се заклучи за истражување и облека, велосипеди и поправка. Можности за изнајмување и лесен за следење на мапите промовираат велосипедизмот и да се намали притисокот врз другите начини на транспорт, како (што е демонстрирано во Копенхаген и други историски градови во Скандинавија, каде што урбаните патишта за велосипедисти на и одделени од сообраќај моторизираниот случај. Патеки за велосипеди во историските центри треба да се усогласат со одредени области за жените. Друга алтернатива е начини за транспорт на мало влијание на патеките за возовите и е прилично популарен и се користи во Њу Јорк како дополнителна атракција за посетителите и Дополнителна турнеја одредување на град во летните месеци.

Пешачка зона

Областа за пешаци се решенија за обезбедување сигурен пристап на пешаците до историските делови како и намалување на сообраќајните незгоди. “Просторот помеѓу” е дел од туризмот, како што се наследните атракции, продавници за гардероби и гостопримство на бизнисите. Ова мрежа од јавни простории (простор за движење на населението) обезбедува мрежа од поврзани “патишта” кои им нудат на луѓето избор кога сакаат да направат локални патувања во нивните секојдневни животи. Безбедени, добро организирани, атрактивни и јасно отворени простори, имаат критична улога во зацврстувањето на општеството.

Менаџментот на туризмот е многу значајна алка помеѓу добриот градски дизајн и планирањето на транспорт, кое често е надгледуван. Природата, материјалите и дизајнот на шеталиштето не само што помагаат да се дефинира како јавна област, туку може да добие карактер и на историска област. Во широкиот контекст на градската ренесанса градена на дизајнерска извонредност, одговорност кон околината е извештајот Urban Task Force



(UTF, 1999г.) каде се надгледени некои примери на креативното стратегиско планирање, каде висококвалитетниот градски дизајн овозможува историските области да бидат добро поврзани со модерните градби. Градовите како Амстердам, Барселона и Копенхаген се обележани како градови каде широките градби за подобрување на шеталиштето и кружното движење беа одземени.

Како и да е со создавање на области само за пешаци, проблемите од сообраќајот се преместени во соседните области, или поточно оддалечени гранични зони, каде продавниците и бизнисите веднаш излегуваат надвор, како зона кој го губи “клучот” од бизнисите.

Поврзувањето помеѓу пешачката и сообраќајната зона, не е потребно да биде “тврдо” така како што се разликите јасно означени за безбедност, утврдена е

брзинската ограниченост и површинската разлика. Штемите каде интегрираат пешакот и сообраќајот е јасна шема, која вклучува доволен пристап од почетокот до крајот на денот, и уште една која не креира голема гранична област исто така може да биде успешна. Друга иницијатива е проширување на тротоарите и стеснување на патиштата за да се направи поминувањето од една кон друга страна полесно, може да биде ефективно комбинирање на пожелна и активна пешачка зона со патен менаџмент. Врските помеѓу различните активни области треба да бидат привлечни, безбедни и достапни за сите да имаат корист. На крајот интервенциите треба да постојат за да се задржи карактерот и ограниченоста на историската област. Ова не значи дека треба да се употребуваат стандарни улични направи или да имаат “наследен” стил.

Низ Европа, популацијата старее, а со тоа и превземањето мерки за безбедност и брзиот пристап во урбаните средини станува приоритет кој е исто така рефлектиран во сегашното законодавство. Оваа група го претставува сегментот на туристичкиот пазар за историските градови и нивните потреби не треба да се подценат кога станува збор за изнајдување на транспортни решенија и дизајнирање на отворени простори во градовите. Тоа што се зема во предвид вклучува:

- Површини погодни за инвалиди и инвалидски колички
- Ниво на поплочување, но со јасна (визуелна и физичка) разлика помеѓу областите за пешаци и возила



➤ Провизија за алтернативен транспорт кај зоните за пешаците

Услужните потреби на продавниците и други објекти кои ги задоволуваат потребите на локалните луѓе и туристите исто така, треба да бидат планирани и менаџирани земајќи го во предвид рутирањето и времето потребно за дистрибуирање на добрата и нивното доставување до рестораните, хотелите, баровите и т.н. Собирањето на остатокот, како и чистењето на улиците исто така треба да се земаат во предвид, бидејќи возилата влијаат и физички и визуелно на

историските средини, како и на животите на туристите и локалните луѓе. Некои решенија вклучуваат гаранција за попложување (циментирање) за да се осигури дека историските делови не се оштетени, како и употреба на потивки возила со слаби издувни гасови.

Знаковите се битна алатка за менаџирање на посетителите, но доколку ги има премногу и се визуелно збунувачки, го одвлекуваат вниманието на посетителите. Добро планирање на сообраќајните знаци, дизајнот на површини како и изборот на попложување, значително го намалуваат бројот знаците да се потребни. На пример, се означува дека пристапот со возило е недозволен, така што нема потреба да се стави знак за “забранет пристап”.

Транспортот како средство за подобрување на потенцијалот на туризмот

Решенија треба да се донесат, не само за историските градови кои веќе се познати како туристички дестинации и кои се под притисок на сезонските наливни на туристи, туку и за околните места, кои се помалку познати, но го имаат потенцијалот да ги привлечат туристите за одмор и релаксација. Во ваквите случаи, може да се пристапи со повеќе проактивен пристап каде туристите се опкружени на патување со јавните транспорти или да ги искористат патеките за пешачење и велосипедизам.

Концептот на “јавна област” е почетна точка, посебно разбирање на квалитетот и меѓусебната врска помеѓу урбаните средини, но сепак оваа визија треба да се подобри. Како и да е, тоа треба, да се смета за клучен елемент кој спаѓа во похолистична акциона разлика во развитокот на по одржлив пристап. Во почувствителните области, потребата да се намалат наметливите ефекти на туризмот врз животот на стандардните како и на историските средини, бара



контрола на паркионгот на возила на туристите и возилата на водичите. Наместо

тоа, може да се развие добар пристап преку железничка станица или преку вода. Така туристите ќе можат да го искористат транспортот на локалните области. Зголемувањето на бројот на туристите може да помогне во рационалното надградување и да ја подобри инфраструктурата, како метрото и автобуските станици, уличното осветлување и поплочување на јавните простори, како и да ги одржува услугите кои ги употребуваат локалното население, посебни јавниот транспорт.

На местата каде што се планира нова голема инфраструктура, може да постојат можности за да се влијае на видот на туристичкиот налив, како и да се смени туристичката географија, на подолг временски период, преку поврзување на помалите посетени историски делови, кои може да се приспособат и имаат корист до развитокот на локалната посетувачка економија. Таков пример е проширувањето на метрото во Лисбон за време на сведското проширување (1998), Metrolink во Манчестер (осветлување на пругата) кој беше проширан до индустриското, поморско наследство кај Salford Quays (2000), како и проширувањето на метрото во Athens за време на Олимписките игри во 2004г.

Во 1993г. Англиската влада го потврди финансирањето на деталниот курс вредна 3,5 билиони долари за проширувањето на Jubilee Line Extension (JLE), која за прв пат директно ги поврзува централен Лондон преку подземната железница. И покрај тоа што привлечното начало за ориентација на новата Лондонска група беше да се овозможи брза врска со голем капацитет помеѓу градскиот центар и новиот “службен град” кај Canary Wharf на Isle of Dogs (островот на кучињата), сепак беше признаено дека тоа исто така може да се употреби како “туристички курс”, поврзувајќи ги интересните локални групи на големите “медни” атракции кај Westminster и Waterloo со културните живеалишта кои допрва се појавуваат како и со знаменитостите на источот. JLE курсот исто така претставува и раскрсница со интернационалните премини кои ги вклучуваат градските лондонски аеродроми (преку автобус) и Eurostar-терминот Waterloo International.

На проучувањето “Транспорт за Лондон” посетелната економија и JLE “ходникот” се надгледуваат во опсег од 1000 метри од секоја нова станица пред



и по отварањето на новата железница во 2000г. (Evans & Shaw 2001). Сепак, тешко е да се докаже дека туристички – предводената регенерација целосно се движи на “JLE ефектот”, очигледно е дека новите поморски атракции се одлучиле да се лоцираат во “посиромашниот” град Borough of Southwark бидејќи JLE ќе понуди висок квалитет на јавните сообраќајни врски во област каде што помал дел за паркирање на возилата ќе биде овозможено и каде што локалните патишта се често натрупени. Најзначајно преобразување е кога станицата со банки (Bankside) беше претворена во модерна арт галерија (2000г.), привлекувајќи го вниманието на 3,53 милиони туристи уште во првите години по отварањето. Како резултат, големите атракции го стимулираа (предизвикаа) развитокот на второстепените атракции како и на баровите, рестораните покрај речниот брег преку историската област на Bankside во Southwark: област со послаба локална економија која ретко се појавуваше на Лондонските туристички карти. Кејот покрај реката се повеќе се подобруваше, а се изградија и нови мостови на реката Thames кои го поврзуваат градот со South Bank и Bankside.

Заклучок

Градовите се комплекси за живеење со противречива побарувачка на урбанистичката земја употребена за релаксација на луѓето. Не постојат две исти историски градови и транспортското растоварување мора да одговори на секое индивидуално место. Сепак, во планирањето и менаџирањето за транспортот се потребни посетители на историските градови, каде клучните области се однесуваат на:

- Одреди транспотрната стратегија и различни транспортни системи да бидат компитабилни и координирани
- Да се осигурат информации за транспорт јаснио разбирливи за посетителите
- Унапредено алтернативно значање за транспортот, како намалување на притисоците и врските во развој помеѓу конвенционалните и не конвенционалните значања на транспортот
- Признание на отворените простори, паркинг на коли, пешачките зони, просторот “во-помеѓу”, се сите делови од историската култура и секоја интервенција во урбаните средини мора да се подобрува повеќе и да не се намалува од карактерот на историските средини



- Да се адресираат локалните потреби најпрво: транспортната област, дека локалната инфраструктура ќе се унапреди за успешна туристичка услуга

Интегрираниот пристап е есенцијален и една историска четвртина неможе да биде изолирана од градот-широката транспортна полиса, или мртов регионален транспортен план. Крајната цел на пешаците и коловозното планирање мора да биде бебеден и достапен простор за локалното население и посетителите исто така.

Користена литература

- Evens, G., & Shaw, S. (2001). Урбана литература и транспорт: Регионални ефекти. Весникот “Слободно време на имотот”, 1(4), 350-372.
- Obrash, A. (2000). Туристите во историските градови: Урбана конверзација и наследството менаџирање. London and New York: Spon Press
- Shaw, S., & MacLeod, N. (2000). Креативности и Конфликти: Културниот туризам во Лондонските општини. Туризам, Културата и Комуникацијата, 2(3), 165-175.
- Shaw, S. (1993). Транспорт: Стратегијата и политиката. Oxford: Blackwell
- Urban Task Force (UTF, 1999), Градбите како урбана ренесанса; Последниот репорт на урбанистичката задачна сила, од Lord Rogers of Riverside. London: Оддел на животната средина; Транспортот и Регионите;
- Ashworth G (1994) од историјата во потрага и модели идентитет во новата Европа Лондон и Њујорк
- Baigoch P (1988) и економско одредување на историјата до денес во Лондон (1991)
- Културното наследство и национална култура Лондон и Њујорк Routledge
- Cervero 1998 транзит метропола глобално пребарување
- Вашингтон прес-Англиски историските градови форум 1994 во посета и управување во историски градови ЕНТФ
- англиски градови форум и историски англиски туризам
- Советот на англиски јазик наследство 1999 изработка на врска:
- Менаџмент во историските градови Еванс ниско Риза 2000 посетител
- Валидација и прогноза за Гринич градот Еванс 2001
- Културено планирање урбанистичка ренесанса Лондон и Њујорк Шо 2003



VII. СЕДМИ ДЕЛ: МЕЃУНАРОДЕН ТУРИЗАМ И МЕЃУНАРОДЕН СООБРАЌАЈ: ГЛАВА. БР. 8. Промени во средината на аеродромот или неправилности

(недостатоци): минати, сегашни и идни.

ВОВЕД

Веќе неколку години, аеродромите бележат политички, економски и социјални промени. Многу аеродроми продолжија со развојот во сопствените земји развивајќи го бизнисот и економијата во истите. На пример, во 2000 година, 180 милиони патници поминале преку Велика Британија, а во 2030 година се предвидува овој број да биде помеѓу 400 и 600 милиони. И патниците кои влегуваат и оние кои излегуваат од земјата претставуваат важни маркети за нивните конзументи. На пример, во 2001 година, скоро 50% од населението во Велика Британија барем еднаш се возело со авион. Бројот на туристи во Велика Британија кои патуваат со авион секојдневно расте. Оделот за транспорт(2002) пресмета дека секоја година добивката од туризмот е колку 13 билиони.

Намената на овој дел ќе биде да се свати промената на деталите во природата и аеродромите кои налетаа во последните две децении, да се идентификуваат примарните драјвери позади развивањето на идниот аеродромски сектор.

МИНАТО

Можеби изненадувачки, улогата на аеродромот е многу далеку од дефинирана. Има и такви кои се држат близу до традиционалниот поглед за аеродромот, т.е. сметаат дека аеродромот постои за да го осигура движењето на патниците од едно место во друго. Една алтернатива а можеби и поприфатливо мислење е дека аеродромите со својата работа ја менуваат економијата и комерцијалата. Аеродромите може да се гледаат не само како модално поврзување, но исто како и атракции и примарно дестинации. Оваа промена во размислувањето го претставува еден од најзначајните развојот во последните две декади. Патниците почнаа да се гледаат како потенцијални профитабилни текови на приходи и започнаа да се таргетираат со комерционални понуди.

Ова не е за кавга каде сите аеродроми ги следеа сличните стратегиски патеки. Приоритетот доделен на генерацијата на комерцијалните приходи ќе зависи од бројот на факторите, не помалку од продолжувањето на поддршката од државата за ваква стратегија, природата во натпреварувачкото општество и силата на првокласна репрезентација за реклама во менаџментската аеродромска структура.

Број на аеродроми како Доганис(1992) продолжува да ги опишува како традиционален модел. Овој поглед на комерцијални активности важни за главните активности на аеродромот, како осигурување на патниците од пад, служење на аероместа и служба за одржување на аеродромот. Како и да е, серија на фактори ги



принудија аеродромите да го преиспитаат својот пристап и посвојат повеќе комерцијални обичаи. Овие вклучуваат:

КОНКУРЕНЦИЈА ПОМЕЃУ АВИО КОМПАНИИТЕ

Аеродромите го гледаат приходот кои го добиваат од аеронаутичните активности одбиени како резултат на напната конкуренција. Аеродромите им наплаќаат на авиокомпаниите тоа што им ги користат нивните услуги, каде истите останале релативно статични (исти) од доцните 80ти и 90ти. Ова ретко било во одговорност на владиното обезбедување кое цели кон охрабрување во врската помеѓу туризмот и патувањето и ретко во одговорните за авиокомпаниите. На пример, помеѓу 1997 и 2002 година аеродромите Хитроу и Гетвик го објавија извештајот за нивната добивка која беше понизок од инфлацијата.

ДЕРЕГУЛАЦИЈА И ЛИБЕРАЛИЗАЦИЈА

Во раните 1980 години, сведоци сме на дерегулација во воздушниот сообраќај во Англија како настанале структурни промени во воздушната индустрија. Ваквиот развиток во САД придонесува повеќето трансфери низ кои мнозинството од летови биле пренасочувани. Аеродромите стануваа се позначајни додека другите транспортни средства на периферијата го намалуваат своето значење. Слична ситуација се случила и во Европа коа од определен број на аеродроми произлегле хабови бележејќи растечки број на новосоздадени воздушни линии кои ќе ги покачат цените на натпреварувачко ниво. Во Европа повеќето од аеродромите биле во сопственост на државата, биле регулирани цените на билетите и бил воспоставен патен монопол.

Структурата на воздушната сообраќајна индустрија во Европа се сметала за доста зрела со воспоставени носачи, воздушни оператори и веќе постоечка инфраструктура. Како и да е, либерализацијата на воздушниот сообраќај во Европската унија и движењето кон “отворено небо” во склоп со САД доведе до голем број на нови аеродроми кои што влетуваат на пазарот. Отворени се нови правци, користејќи секундарни аеродроми како што се Бевас и Шарлерои, Лутон и Прествик(аеродроми) кои им нудат на муштериите пониски цени на билетите. Додека бариерите за влез на пазарот сеуште постојат, новите конкуренти се сретнуваат со потешкотии справувајќи се со веќе постоечките аеродроми, либерализацијата на пазарот доведе до интензивирање на конкуренцијата во воздушната индустрија.

ПАД ВО КОНТРОЛА НА ДРЖАВАТА

Традиционално аеродромите се администрирани и директно контролирани од државата или од страна на орган назначен од своето име. Големiot број причини биле изложени на сметка на државата за учество во управувањето со аеродромите. Смит (1994), на пример, тврди дека многу градови, бидејќи имаат само еден



аеродром, нивната улога станува централна во економски развиените региони. Затоа контролата врз аеродромите во земјата е централна во обезбедувањето не само општ економски раст, но исто така е и начин намагање во туризмот, паралелниот развој и регионалната политика.

Додека таа и понатаму останува прецизно да сугерира дека мнозинството на аеродромите низ светот се уште имаат некаква форма на сопственост во јавниот сектор, нивото на остварена оперативна контрола од централната влада може да биде избалансиран против поголемите учества од интересите на приватниот сектор. Намалувањето во државната контрола и регулирањето на индустријата за воздушен транспорт во корист на поголемата инволвираност во комерцијалниот сектор може да се идентификува.

Дерегулацијата била поттикната од желбата на државата за да ги одбегне финансиските оптоварувања кои се поврзани со субвенционирањето на аеродромските капитални инвестиции. Аеродромите традиционално треба да се натпреваруваат со другите области на јавните расходи, како што се образованието, здравството и одбраната. Зголемувањето на трошоците поврзани со работа на аеродром го предизвикале гледиштето дека аеродромите се во едно интензивно конкурентен пазар и треба да се работи на комерцијални, отколку на државни принципи (Freathy & O'Connell 1998).

Дозволувањето на организациите од приватниот сектор финансиски интерес во аеродромските операции е веројатно ефикасен и ефективен начин за трошоците на државата да ги зголемат приходите, додека во исто време подобрување на услугите на клиентите и стандардите за квалитет. Нивото на поврат е зголемен, додека степенот на ризик е минимизирано како што државата е составена врз специјализирана група на вештини за управување.

УКИНУВАЊЕ НА ДОЛЖНОСТ ВО РАМКИТЕ НА ЕУ ЗА СЛОБОДНО ПАТУВАЊЕ

Секако, најголемо влијание врз структурата на операциите во европските аеродроми биле законските одредби во врска со фискалната хармонизација низ земјите членки на ЕУ. Особено, отстранувањето на патничките права за купување на безцарински и безданочни бесплатни производи, при патувањето во рамките на ЕУ. Даночните и безцаринските бесплатни продажби во рамките на ЕУ, кои што се од фундаментално значење за многу аеродроми како и приходите генерирани може да се користат за инфраструктурни проекти, како што е реконструкција на терминалот.

Образложението за аболицијата е дека движењето на стоки меѓу земјите членки нема повеќе да биде третирано како „извоз“ или „увоз“ за даночни цели. Би било несоодветно, откажување од данокот и акцизата за купувања кои моментално се ослободуваат (Холандиски економски институт 1989). Правната основа за царински и



даночни бесплатни додатоци е 1969 директива 69/169/ЕЕС според која патниците може да увезуваат ограничени количини на производи без да плаќаат ДДВ и акциза при патувањето.

Аеродромите како Корк во Ирска, добиле над 90 % од своите приходи од комерцијални активности и било проценето дека до 1.8 милијарди американски долари (52 % од вкупната продажба) ќе бидат изгубени ако се укине царината. Оригиналната намера била да се создаде единствен пазар меѓу земјите членки од Декември 1991 година. Сепак две ЕУ директиви (91/680 и 92/12) ја одложиле примената на одредбата уште пред 7 ипол години.

И покрај интензивната лобирачка кампања од индустријата на воздушниот сообраќај, тоа нагласи загуба на работни места, зголемување на цените и сервисен пад, не претстоело понатамошно проширување. Правото на патниците за купување на даночна и царинска стока во рамките на ЕУ патување заврши на 30 јуни 1999. Ова ефективно го одстрани примарниот извор на приход за многу аеродромски власти и создаде дополнителни стимулации за проактивно да бараат и да се развијат други комерцијални можности.

СЕГАШНОСТ

Аеродромските власти признаваат дека надворешните фактори горе идентификувани имаат потенцијал да ја реконфигурираат воздушната индустрија. Таквите императиви предизвикале серија на стратешки мерки со цел да се обезбеди идната издржаност на многу европски аеродроми.

СЕГМЕНТАЦИЈА НА БАЗАТА НА ПОТРОШУВАЧИ

Еден од пристапите е да се развие пософистициран приод кон маркетингот и да се создаде комерцијална стратегија која понатаму сегментира на аеродромската база на потрошувачи. Во прилог на подобри услуги на клиентите и подобра комуникација, оваа стратегија обезбедува уште поцврст фокусиран опсег на стока, ги елиминира несоодветните групи производи и овозможува подобро искористување на просторот во продавница.

Поради тоа сегментираниите стратегии на аеродромите отидоа надвор од едноставната скица на патникот/не-патникот. Процесот на сегментација во рамките на аеродромите идејно може да се состои од хиерархија. Патниците се сегментирани на почетокот на нивната цел на патувањето, а не-патниците се сегментирани на нивната цел за посета.

Зголемувањето на лицата кои ги посетуваат аеродромите довела до понатамошна сегментација на овие 2 категории. Покрај тоа царинските и безбедносните услови за снимање на деталите на патниците, исто така му помогнале на овој процес, и



дозволиле аеродромите да пополнат детална база на податоци на корисникот. Резултатот е серија на широко, препознатливи под-сегменти кои вклучуваат :

- Домашни наспроти меѓународни, транзитни ;
- Кратки дестинации наспроти долги дестинации; Закажани наспроти незакажани :
- Бизнис (деловни) наспроти задоволство;
- Во рамките на ЕУ наспроти надвор од рамките на ЕУ;
- Персоналот на аеродромот, таксисти и екипи на авиопаниии;
- Локални жители.

КОМЕРЦИЈАЛНА ЕКСПАНЗИЈА

Деталната сегментација на потрошувачите била проследена со значително зголемување на износот од просторот сега посветен на специјализирани трговски објекти. Во многу од поголемите аеродроми дошло до значајно зголемување на бројот и микс на малопродажни оператори. На пример, во Велика Британија, ВБА ги зголеми своите малопродажни површини (вклучувајќи ги и угостителските) од 400 000 метри квадратни во 1991 до 928 000 метри квадратни во 1998, и од август 2002 имал 40 различни трговци на мало, во Хитроу Терминал 4, вклучувајќи ги Harrods, Hamleys, Dunhill и Escada. Слично, аеродромот во Милано посвети 15 % од неговиот вкупен терминалски простор за трговија на мало додека Schiphol аеродромот нуди опсег од над 120 000 различни производи. Тоа било надеж дека постоењето на различни видови трговски објекти може да претставува кредибилен комерцијален предлог кој им обезбедува на аеродромските власти тек од приходи за да ја компензираат загубата на фри-продажбата во Европа.

Во обид и понатаму да се зајакне комерцијалната одржливост на европските аеродрими, голем број органи започнале одреден број на други стратешки потфати. Тие вклучуваат 24-часа патување, директна пошта, шопинг каталог и развој на шемите на лојалноста на потрошувачите. Уште поважно, властите како што се меѓународен Schiphol ги презеле во процесот на комерцијализација со понатамошно развивање на трговски центри во насока на локалното население.

СТРАТЕШКИ АЛИЈАНСИ

Во обид да се прошират операциите на пазарите во развој, голем број на аеродромски власти започнале стратегија за стекнување и заедничко вложување во активности со странски партнери. Додека ниту еден од овие пристапи се посебно нови, двете стратегии се повеќе и повеќе се распространети во рамките на воздушната индустрија. Придобивките кои произлегуваат од заедничките вложувања вклучуваат пристап до локалните знаења и експертиза, користење на постоечката



инфраструктурна и дистрибутивна мрежа и можност да се развијат менаџментски вештини преку искуство од странство (Freathy & O'Connell 1998; Keogh 1994). Aer Rianta, на пример, работи на трите главни аеродроми во Ирска и имаат комерцијални интереси за аеродромите во Европа, Северна Америка, Среден Исток и ЗНД.

ДИВЕРЗИФИКАЦИЈА

Голем број на аеродромски власти, исто така барале да развијат активности кои не се поврзани со аеродромскиот менаџмент. Иако веројатно диверзифицираната стратегија со себе носи и повисок степен на ризик, таквиот пристап е активно изведуван од страна на голем број европски аеродромски власти. На пример, Aer Rianta, поседува и работи со група хотели во Ирска, на сличен начин по приватизацијата на ВАА, исто така почна да развива хотели на сопствен имот, како и отварање на посебен хотел во Белгија. Исто така, заеднички изградиле железничка врска од 450 милиони фунти помеѓу Лондон Пандингтон и Хитроу аеродромот. Компанијата исто така инвестирала во имот, управувачки трговски објекти во рамките на една болница и купила шпедитерска компанија. Значително, ВАА исто така влезе во договор со американскиот инвеститор МекАртур/Глен да воспостави серија на дизајнирани излезни центри. Првиот во Велика Британија бил 200 000 квадратни стапки, 60-оперативна единица во Cheshire, проследено со 155.600 квадратни стапки, 40-излезни центри во Троа, Франција. Во 2002 година, Ваа/МекАртурГлен со заедничко вложување развиле седум центри во обединетото кралство и пет низ цела Европа, Франција, Австрија, Италија и Холандија.

ИЗВОЗ НА ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ

Сандерсон (1998 год.) вели дека интелектуалниот капитал ќе биде еден од главните детерминанти на диференцијалната предност и дека стратешката политика ќе биде се повеќе под влијание на способноста на организацијата да раководи со основното познавање. Стручноста што операторите ја развиле за раководење на нивните аеродроми има комерцијална вредност, додека пак некои од претпоставените лица формирале дополнителни интернационални компании. Вештините за транспортот тогаш биле центар на идните стратегии на аеродромските оператори. На пример, во Кипар, францускиот оператор ADP помогнал повторно да се дизајнира и реновира Аеродромот Ларнака, додека пак претпоставените од Франкфурт помогнале да се развие маркетиншка стратегија за новиот аеродром во Спарта (Грција).

Претпоставените на аеродромот треба да понудат каталог на оперативни и комерцијални услуги преку кои се покажува секој аспект од активноста на аеродромот. Овде спаѓаат: стручни планови, сообраќајно предвидување и истражување на пазарот, се до планирање на продажба на мало, изнајмување на простор и маркетинг.



ИДНИНА

Како што е прикажано во горната дискусија, аеродромската индустрија реагира на научен начин на предизвиците со кои се соочила во минатата деценија. И покрај големиот развој на пазарот, секторот останува динамичен и константен на промените продолжувајќи да влијае на структурата и делувањето. Во овој сектор, ние го свртуваме вниманието на поважните предизвици со кои аеродромот очекува да се соочи во наредната декада.

ПРОМЕНА НА НАЧИНОТ НА ОДНЕСУВАЊЕ НА КЛИЕНТИТЕ

Појавувањето на економичните оператори, како што се “EasyJet” и “Ryanair” биле добро прифатени. Освен тоа, охрабрувајќи некои индивидуалци да се префрлат од традиционалните државни авионски компании, се охрабруваат и нови групи на луѓе за да го користат воздушниот превоз. На пример, со претставувањето на услугата на “Ryanair” од Лондон до аеродромот во Стразбург (Франција), бројот на патниците се зголемил за три пати и дошло до пораст на локалната потрошувачка. DFNI (2003) известува дека прегледот спроведен во Ноември 2002 година ни покажува дека економичните авионски компании привлечеле голем број на патници вклучувајќи директори, студенти и пензионери. Исто така, причините за патување биле различни, од бизнис патувања, одмори и фамилијарни посети.

Како причина за овие промени ќе биде начинот на однесување на клиентите на аеродромот. Однесувањето на патниците веќе започна да се изменува и доказите покажаа дека овој тренд е добар за да продолжи. Аеродромите треба да прикажат како промените кај патниците влијаат врз односот на пазарот и да ги усогласи разновидните производи и наемници соодветно.

Додека се во можност новите групи на клиенти да продолжат да го користат воздушниот превоз, сеуште ќе постојат потреби за многу аеродроми да обезбедуваат летови за бизнис патниците. Помеѓу две развиени нации, воздушното патување стана се повеќе и повеќе важен метод за патување за луѓето од светот на бизнисот. Шилинг и Хил (1998) забележуваат како трговски договори имаат намалени трговски бариери меѓу светските економски зони и зголемување на склоноста на двете и поттик за меѓународно бизнис патување. Бизнисите се повеќе се бараат да бидат проширени на меѓународно ниво наместо да бидат ограничени на националните граници.

Бизнис патниците имаат повисоки нивоа на расположлив приход и идентификувани трендови. Освен тоа, бизнис патниците сметаат дека имаат многу кратко време за шопинг во земјата која ја посетуваат. Аеродромите може да претставуваат една од главните можности за нив за да ги набават своите производи. Сепак, како еден сегмент, бизнис патниците претставуваат предизвик за комерцијалниот оператор. Тие се помалку можат да разгледуваат, може да го земат во



предвид шопингот како непотребен и често трошат помалку на некое индивидуално патување поради нивната висока фреквенција за патување.

ЗГОЛЕМЕН МЕТЕЖ НА АЕРОДРОМОТ

Една последица од порастот на бројот на патници е големиот терминал и проблеми со капацитетот на аеродромот. Некои метежот го гледаат како еден од најголемите предизвици со кој се соочува воздушната транспорт индустрија (Совет за меѓународни Аеродроми (ACI) 2003). Аеродромите, како што се Хитроу, можеме да кажеме дека се блиску до заситеност. Истражувањето проценува дека без петти терминал, странските туристи ќе направат помалку слободни патувања во Велика Британија за разлика од вообичаеното. До 2010 година, ова би можело да резултира со загуба на потенцијалниот приход од 1 милјарда, една изгубена година и изгубени можности за работа во туристичката индустрија (Купер и Либранд 1995).

Многу аеродроми поради тоа се соочуваат со нивнаиот проспект за да ги прошират нивните постојани терминал згради (Даблин), обидот да се изгради сосема нов терминал (Хитроу) или да се развие еден сосема нов аеродром (Атина, Спарта). За да се приспособат на порастот на бројот на патници, ќе се бараат зголемување на нивото на инвестициите во инфраструктурата на аеродромот. О'Тол (1997) проценува дека со цел да го задржат своето сегашно ниво на конструкција и реконструкција, Европа бара аеродроми во регионот за 1 милијарда годишно.

Доганик го потенцираше проблемот со одржувањето на пистата, со што укажува на тоа дека брзиот пораст на воздушниот сообраќај го надминува капацитетот кој е на располагање. Меѓународните вести (DFNI 2001) забележаа дека 24 % од европските летови биле одложени заминувања од повеќе од 15 минути. Голем број на аеродроми можат да навлезат во големи капитални и инвестициони програми, но не само за да се приспособат на зголемениот патнички сообраќај, но исто така, да се грижат за новата генерација на авиони. Ако создавањето на 800-1000 седишта супер превозници станува реалност, времето за пријавување може да се зголеми до 3 часа и со тоа да се овозможи зголемување на бројот на патниците кои ќе се качат и симнат од авионот. Од аеродромите ќе биде побарано да го зголемат тековниот капацитет за терминал, како и обезбедување специфични оданочувања, паркинг и погодности за полетување.

ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ЕКОЛОШКИТЕ ПРОБЛЕМИ

Аеродромите и авиокомпаниите кои ги користат, имаат негативен ефект врз животната средина. Ова влијание треба да се избалансира со економските и социјалните придобивки на аеродромите, со што може да се обезбеди локалната заедница и државата како целина. Греам (2001) забележува дека има пет основни области на еколошки проблеми за аеродромите.



Тоа се:

- **Бучава;**
- **Зрачење;**
- **Загадување на водата и нејзина употреба;**
- **Отпад и управување со енергијата;**
- **Див свет, наследство и пејзаж.**

Многу аеродромски оператори се акутно свесни за потребата да управуваат со овие области и се обидоа да го ограничат нивното влијание со нивно вклучување во нивната целокупна деловна стратегија. Додека значајни подобрувања се направени во области како што се: бучавата, загадувањето и ефикасноста на горивото (IATA 2003), грижите околу еколошките штети кои аеродромот може да ги има, продолжуваат да растат. Некои во рамките на ЕУ побараа дополнителни даноци да се собираат по авиокомпаниите, како начин за поттикнување на патниците и да бараат алтернативни начини за транспорт (FOE 1999). Другите групи се повеќе претпазливи. Некои, како што се TUC ја истакнаа потребата за постојана експанзија на програмата во областа на воздухопловството, истакнувајќи го нејзиното знаење за економската одршливост на земјата.

ПОЛИТИЧКА/ТЕРОРИСТИЧКА ЗАКАНА

Настани како што се 11^{ти} Септември и бомбардирањето на еден ноќен клуб во Бали имале големо влијание на бројот на луѓе кои патуваат со авион. Иако надоместокот е во тек, сеуште не е можно да биде јасно кои ќе бидат последиците на подолг временски период (Одел за Транспорт 2002). Пазарот се карактеризира со висок степен на несигурност, а и со конфликтот во Средниот Исток нема гаранција дека ќе има некое подобрување.

Економските импликации на политичките немири и терористичките активности биле добро документирани. На пример, по последиците на 11^{ти} Септември, патувањата преку Атлантикот се намалиле за 30%, додека Европскиот сообраќај се намалил за 15%. Генерацијата АВ (2002) проценила дека продажбата на безцаринската стока во светот се намалила за преку билиони долари (или 5% од целокупниот пазар) во следните 12 месеци. Годрич (2002) проценил дека околу 100.000 луѓе се технолошки вишок во аеродромската индустрија.

РАЗВОЈ НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ЛОКАЦИИ

Постојат докази кои покажуваат дека некои групи на туристи се префрлиле на алтернативните локации (Хупер 2002). Комбинацијата на терористичките закани, сиромашните јени за долар на девизниот курс и продолжената економска рецесија,



довело многу јапонски патници да ги разгледаат прекрасните алтернативни опции. Особено, Кореа и Кина се видени

како релативно "сигурна" туристичка дестинација (Равен Фокс Истражувања 2002). Таквата промена има сериозни последици за голем број на аеродромските органи и безцаринските трговци на мало кои се потпираат врз приходите кои Јапонските туристи ќе ги обезбедат. Во 2000 година, јапонски патници изнесуваа помеѓу 50% и 55% од американскиот малопродажен DFS "US \$ 1500000000 продажба. Такво високо ниво на зависност врз одредена група на потрошувачите очигледно создава одреден степен на ранливост на компанијата. Во рамките на Азија\Океанија на пазарот некои аеродроми и навистина некои земји станаа поатрактивни од другите. Влегувањето на Кина во Светската трговска организација (СТО) е веројатно да го зајакне туризмот и, како кинеската влада го зголемува бројот на одобрени дестинации во странство, влезните и излезните патувања ќе се зголемат. Додека во 2000 година, Кина имаше 83 400 000 посетители, ова е наместено да се постигне 135 милиони до 2020, правејќи ја најпопуларна дестинација. Со оглед на потенцијалното ниво на дискрециони трошења на ова може да генерираат, Кина ќе остане примарен пазар против кои други земји (и аеродроми) ќе биде потребно да се натпреварува.

ЗГОЛЕМЕНА КОНЦЕНТРАЦИЈА НА ПАЗАРОТ

Одразува тренд што е карактеристичен за економска интернационализација, патувачкиот сектор ќе продолжи да подлежи на периодот на концентрацијата на пазарот. Голем број на органи веќе расте значително од натпреварувањето за аеродромските договори во странство и овој тренд најверојатно ќе продолжи. На пример, во прилог на сопственикот на седум аеродроми во Британија, БАА има договори во САД, Италија, Оман и Австралија. Слично на ова, Schiphol група кои - работат со аеродроми во Холандија, исто така управуваат со ЏФК Терминал 4 во Њујорк и Брисбан аеродромот во Австралија.

Концентрацијата на пазарот е особено евидентна во патувачко малопродажниот сектор. На проценетите 2.500 трговци кои работат во секторот, првите три сметки за скоро 16% од вкупниот слободен пазар, додека на топ 20 трговската сметка за над 50% од глобалната слободна продажба (генерација АВ, 2002). Снабдувачите на мала индустрија, исто така се огледуваат на овој тренд. На пример, во 2002 Империл тобако стана четврти по големина снабдувач на цигарите Reemtsma (сопствениците на West и Davidoff марки) за \$5,2 билиони. Ова им овозможи на компаниите да се пробијат на пазарите каде што претходно беа во голема мера застапени. На пример, во Чешката Република Reemtsma имаа 18% удел на пазарот, додека во Германија 11%.



СЗО РАМКОВНА КОНВЕНЦИЈА ЗА КОНТРОЛА НА ТУТУНОТ

Иако тутунската индустрија не е непозната за контроверзноста, на предлогот од страна на СЗО за забрана на слободна продажба до 2003 година се смета како една од најсериозните закани сеуште. Иако побарувачката за производи од тутун во аеродромите е намалена во последниве години, сепак тој го претставува САД \$ 2190000000 пазар и сметки за 11,6% од сите слободни продажби. (генерација АВ, 2002). Според тоа, претставува значаен извор на приходи и за мало и на аеродромот. На пример, во Јапонија и Kansai аеродромот, се проценува дека 30% од сите мали приходи се добиени од продажбата на тутун (DFNI 2002). Освен тоа се гледа како производ кој се базира на клиентите во продавницата и ги охрабрува дополнителните купувања.

Две причини да се стави напред за забрана Прво даноци - слободна продажба прават цигари достапни поевтино, а со тоа зголемување на потрошувачка. Да се стави крај на сите давачки - бесплатниот тутун ќе биде во согласност со СЗО здравствена политика на цели за намалување на употреба на тутун. Второ, крај на сите давачки - бесплатниот тутун ќе ја олесни борбата против шверцот.

Некои авиокомпани и фериботи во голема мера се потпираат на тутун продажбата како начин на генерирање на приход и субвенционирање на помалку профитабилни линии. Се стравува дека неговото отстранување може да доведе до консолидација во рамките на индустријата и отстранување на некои од помалку финансиски одржлива правци (DFNI 2002). Можеби изненадувачки затоа, дека предлогот е силен отпор од страна на многу мали, добавувачи и аеродромските власти, кои имаат кампања против нејзиното спроведување.

ЗАКЛУЧОЦИ

Во заклучок, конфигурацијата на аеродромите треба да се разберат во контекст на социјални реформи, економската експедитивност и политички пресврт. Факторите кои имаат управувано останаа во голема мера надвор од контрола на секторот. Како последица на конкурентна средина во рамките на кој аеродромите работат имаат се повеќе и повеќе интензитет. Покрај тоа, има малку да покажам дека оваа ситуација има укроти, овој сектор продолжува да останува динамичен и постојано се менува. Предизвикот за аеродромот ќе биде да се развие кохерентна уште флексибилна стратегија која обезбедува насока и раст со цел да останат конкурентни, а во исто време да одговора на променливиот работен пазар на околности.



БЕЛЕШКИ

1. Должност и даноци - слободна трговијата на мало претставува комплексна индустрија, каде што границите помеѓу продавачот, големопродажбата, аеродромот операторот и производителот станаа нејасни.
2. Признати методи или организирање на рутирање и закажување на авиони.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. ACI (2003). Клучните предизвици со кои се соочува светот на аеродромите <http://www.airports.org/about/challenges.asp> Coopers & Lybrand (1995).
2. Аеродромот Хитроу Терминал 5 - Проценка на пошироките економски бенефиции. Лондон: Coopers&Lybrand.
3. Одделение за транспорт (2002). Идниот развој на воздушниот транспорт во Обединетото Кралство: Мидлендс национална консултација. <http://www.aviation.dft.gov.uk/consult/airconsult/midlands/mainconsult/01.htm>
4. DFNI (2001). Нова генерација на аеродроми; Дали сме подготвени или веќе е премногу доцна? <http://www.dfni.travelretailerworld.com/Features.asp?ID=137&Action=View&Search=True>
5. DFNI (2002). Преглед вели Kansai се соочува со тешки времиња. <http://www.dfni.travelretailworld.com/RetailNews.asp?Action=View&ID=792>
6. DFNI(2002) Стразбур серверот ја открива моќта на ниските цени. Меѓународни доверливи слободни вести 15 Јануари 2003, <http://www.dfni.travelretailworld.com/RetailNews.asp/ID=898&Action=View>
7. Doganis, R (1992). Аеродромскиот бизнис. Лондон Routledge
8. Doganis, R (1995) Аеродромот економија-некои од фундаменталните принципи. Хартиите претставени на економија и финансии, симпозиум. Универзитетот во Вестминстер.
9. ETRF (1996). Факти за акциза и данок на слободната индустрија во ЕУ: 1995 статистика: Европска Фондација за Истражување и Патување.
10. FoE (1999). Холандскиот министер за транспорт разговори за клучните земји да ја води од страна на пример со Авијација емисија задолжен, Пријатели на Земјата за печат, Брисел, јуни 17. http://www.foeeurope.org/press/luxembourg_action.htm
11. Feathy, П.,&O `Connell, Ф. (1998). Европските аеродроми во трговијата на мало. Macmillan: Basingstoke.
12. Генерација АВ (2002). 2002: Вовед и општи статистички податоци. Генерација АВ (Vol.1) Шведска.



13. Goodrich, J. (2002). Септември 11,2001 напад врз Америка: А евиденција на непосредна влијанија и реакција во патувањето САД и туризмот. Туризам. 23, 573-580.
14. Греам, А. (2001). Управување со аеродроми: Една меѓународна перспектива. Лондон: Butterworth - Heinemann.
15. Ноорег, П. (2002). Приватизација на аеродроми во Азија. Весник на воздушен транспорт менаџмент, 8, 289 - 300.
16. ИАТА (2003). Животната средина, преглед. Меѓународната асоцијација за воздушен транспорт. <http://www.iata.org/priorities/Environment/index>
17. Keogh, D. (1994). Еден аеродром орган со разлика - ирското искуство. Комерцијален аеродром во 1994 \ 95. Лондон: Стирлинг публикации.
18. Холандија Економскиот институт (1989). Влијанието на укинување на должност, а на даночните слободен додатоци во Европската заедница. Ротердам: Сектор за општество и политика.
19. O'Connell, F. (1993). Се Aer Rianta одговор на аспекти на промените во микро, задача и Организационите средини. Необјавена mimeo Aer Rianta, Даблин.
20. O'Toole, K. (1997). хабови Европската доведе во Европа да почнат да се соочат лице во лице со новата комерцијалноста. International, 151 (4572), 34
21. Гавран Фокс истражување (2002). Безцаринска база на податоци и дирекција. London; Равен Фокс публикации.
22. Sandersom. C. (1998). Нови пристапи кон стратегијата; нови начини на размислување за милениум за управување со Решение, 36 (1), 9-13.
23. Шилинг, М &Хил, С (1998) Управниот развој на нов произведен процес; стратешки императиви. На Академијата за менаџмент на Извршниот, 12 (3) ,67-81.
24. Сувел-Rutter, В. (1995). Искуства на приватизација. Хартија презентирани на аеродром економија и финансии, симпозиум, Универзитетот на Вестминстер \ дарба.
25. Смит В. (1994) Аеродромот индустрија структура; Трендот кон комерцијализација. Извештај подготвен од страна на Coopers и АД, Лондон
26. Symons, Траверс. Морган (1997). Проценка на влијанието на Укинување на Интра ЕУ Обврска и на даночните Слободни надоместоци за ниска цена ". Извештај нарачан од страна на Европската Фондацијата за Патување Истражувања, Лондон
27. TUC (2002). Идниот развој на воздушниот транспорт во Обединетото Кралство Одговорот TUC. унија на занаети
<http://www.tuc.org.uk/economy/tuc-5886-10sfm#tuc-5886-1>



ТЕМА. БР. 9. РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ И АВИОНСКИТЕ КОМПАНИИ ВО НОВИОТ МИЛЕНИУМ: ПЕРСПЕКТИВА НА ОПЕРАТИВНИОТ МЕНАЏМЕНТ

ВОВЕД

Појавата на млазните авиони и процесот на дерегулација(либерализација)се главни фактори кои ќе ја обликуваат авионската индустрија во 20-от век.Сегашната литература се фокусира на стратешкиот развој на компаниите и улогата на сојузите во индустријата како индикатор на идните трендови.

Иако се прифаќа важноста на стратешките сојузи и други областикако сто се регулацијата(контролата),географските ограничувања,производството и пазарните односи,ова поглавије покажува дека постојат и други важни фактори како што се технолошките придобивки и операционите интерфејси,кои исто така помагаат да се одреди иднината на воздухопловниот развој.Со тоа што Fitzimmons & Fitzimmons(2001) го опишуваат како перспектива на “отворени системи”,се дискутира на три главни области:прашање за планирање на капацитетот,управување со капацитетот и стратегии за квалитет на услугите.Целта на ова поглавје е да обезбеди поврзување на неколку перспективи на оперативниот менаџмент кое гарантира понатамошно истражување.

ПОТЕКЛО

За управување на операциите во било кој бизнис потребно е познавање на “технички прашања”поврзани со оперативната опрема и технологиите односно поврзани со нив.Ова се главните допирни точки со коишто авионските компании ја олеснуваат работата на туризмот и другите активности како што е работното(бизнис)патување.Додека вниманието беше насочено кон суперсоничното патување како што е Конкорд,производите од 1960-те како што е Боинг 747 се тие кои што продолжуваат да превезуваат милиони патници кон светските дестинации по поволни цени.Како што вели Копланд(Copeland)(1992) летањето на 747 од главните туристички земји допринесува за развојот на масовниот туризам.За пократките патувања,737и сличните летала значително допринесуваат кон брзо растечкиот сектор.Авои индустријата сега се концентрира на променливите карактери на побарувачката,притисоците од седината и мрежата на регулативни(контролни) рамки кога ги изработува спецификациите за следната генерација на авиони.На пример,за да постигнат поголем капацитет на патници од преполните “важни” аеродроми,авиокомпаниите почнаа да бараат “технички” решенија и тоа во вид на “супер џамбо” авиони како што е Airbus A380 со капацитет од 550 седишта. Ако овој тип на опрема понуди намалување во оперативните трошоци и отвори простор за намалување на билетите,бе=и се отвориле и нови можности за развој и тоа на начин



кој не е забележан од појавата на млазните авиони. Би можеле да следат порадикални решенија и последици од развојот на “соничен крстосувач” –тип на авион кој би понудил подобрување во брзината,но без претерани зголемувања на трошоците. Друго, дека неодамнешниот развој во секторот на “ниски цени(трошоци)” се должи најмногу на либерализацијата на Северноамериканските и Европските пазари,а новите информациски технологии се оние коишто значајно придонесуваат како “овозможувачи” на различни видови услуги.Превозниците кои обезбедуваат ниски трошоци го користат како што Левит(Levitt 1972 :22)го опишува (во друг контекст) како “претпазливо планираната употреба и позицирање на технологијата “

Како и да е,развивањето на “евтини” авиокомпаниии,кои нудат стандардизирани производи не значи дека се сведоци на “Мекдонализација” на небото (Ritzer 1993).Наместо тоа,21-от век веројатно ќе забележи поголема разновидност како што се појавуваат се повеќе соодветни оперативни стратегии структури. Кенгис (Kangis) и О’Рајли (O’Reilly) (2003) укажуваат на два типа стратегии : една кај што фокусот е врз “основните “ активности, а другата е бодена од “ додадена- вредност” . Втората е она кајшто ,на пример новите информациски технологии можат да ги преземат оние оператори наречни “традиционални превозници “ . Растечкото движење кон оваа состојба се следи со користење на бизнис модел развиен од Оласен и Раванг (Olassen & Revang) (1991). Тука дефиницијата е изразена во вид на системи на услуга кои се наречени: “стандарден” , “комплексен” , “деликатен” .Транзицијата низ овие форми може да се види во систем кајшто авионските технологии се главна компонента, до систем кој е базиран на напредни информациски системи.

КОНФИГУРАЦИЈА НА КАПАЦИТЕТОТ И ПОТРЕБИТЕ НА ПАЗАРОТ

Ако се земе впредвид дека постојат голем број движачки фактори кои го оформија секторот, тогаш кои од нив ќе станат најважни? Прво конфигурацијата на капацитетот заедно со потребите на пазарот, беа предизвик за авиокомпаниите во последнава декада во време на интензивна приватизација. Како ќе се продолжи ова?

НАРЕДНА ГЕНЕРАЦИЈА АВИОНИ

Ханлон(Hanlon 1999) опишува тренд во кој големината на авионите значително се зголемила од 1960 до 1980, потоа забележала намалување во 1980-та и останала константна(иста) во 1990 но со зголемена фреквентност во распоредот. За време на 1990-те развојот на индустријата исто така не успеал да генерира високо ниво на профитабилност, враќање на капиталот од 6% заостанува зад нормата од 8-10 % поврзани со овој сектор. Не е за изненадување што Локвуд (Lockwood)(1995) заклучил дека загубите од 1990-те, се далеки поголеми од заработувачките остварени во целиот период на индустријата , а со тоа ги онеспособиле авиокомпаниите да купуват нови авиони. Додатно ,високите трошоци за замена на авиони го забрзал процесот на



приватизација за некои авиокомпаниии, кои пак наметнале значајно реструктурирање на оперативниот капацитет. Со одржливиот раст кој се очекувал од веќе преполнетите аеродроми, “техничките” решенија беа најважните од лимитираните(ограничените) опции на авиокомпаниите и планери на индустријата. Капацитетот на капиите и конструктивноста за малубројните авионски термини го реши прашањето за авиокомпаниите, да употребуваат значително поголеми авиони како што е Ербас (Airbus) A380. Публицитетот на произведувачите е посебно акцентиран на компатибилноста на аеродроми и ги поздравува препораките на авионите за животната средина : “најголемиот , најнапредниот и најефикасниот комерцијален авион кој некогаш бил создаден” (Аирбус 20001). Со ограничени модификации на постоечката инфраструктура, може да се постигне одредено ниво на економичност и да се намали притисокот за градење нови аеродроми. Како и да е, зголемениот сообраќај (воздушен и земјен) веќе долго време се смета за негативно влијание брз животната средина.(Wheatcroft 1991)

Авиокомпаниите можат да одберат алтернативен начин користејќи “точка до точка” операции од регионални центри кајшто може да се обезбеди вишок капацитет. Концептот на Боинг “соничен крстосувач” нуди ветувања за ова да се оствари. Во март(2001),Боинг откри планови за “соничен крстосувач” дека е способен да постигне пократко време на патување преку забрзување и до Мах 0.98. Како и да е , до Декември 2002 Боинг ги замени своите напори да изработи авиопн кој “би го сменил начинот на кој светот лета” со проектот кој нуди поковенционален “супер ефикасен авион” (Boing 2001) Боинг.

КОНФИГУРАЦИЈА НА АВИО ЛИНИИТЕ

Сегашните тенденции налагаат дека Северна Америка и Европа ќе забележат поголеми промени во регионалните пазари. Ќе продолжат да се појавуваат и променливи структури како што се “евтините превозници” и ќе ги менуваат составните делови во бизнис патувањата и слободните сектори. (Archambult & Riy 2002) . Во Азија преку супер центри може најсилно да влијае. Како што вели Chan (2000) ,Азија е можеби најголемиот пазар на патување, и центарите како што се Хонг Конг ја имаат на дофат половина од светската популација во еден четири-часовен лет. Како и да е ,измените во мрежите преку нови оперативни можности можат да ги надминат околностите, на пример, во врска со просторните фактори како што е економската географија. Сегашната светска економска и политичка клима се надев на авион каков што е “соничниот крстосувач” на Боинг, кој ако се оствари би можел да ги трансформира патните мрежи на ниво кое не е забележано од појавата на млазните авиони во 1950-те. Постигнувањето побрзи летови, исполнување на строги еколошки критериуми и потрошувачката на гориво по патник еквивалентна на денешните авиони



(Боинг 2001), го става овој тип на опрема високо на листата на набавки на авиокомпаниите. Класите на авионите “соничем крстосувач” и “ супер џамбо” би овозможиле на авиокомпаниите дополнителни оперативни можности важни за потребите на 21-от век. Сегашните авиони за долги релации имаат способност која варира од 6.600 до 8.500 наутички милји или (12.223-15.742 километри). Брзините до Мах 0.95 од “соничен крстосувач” претставуваат намалување на времето на патување од 15-20 %. Како и да е, Боинг изјавуваат дека растојанието би било најважен фактор при употреба на побрзи авиони. Ако авиокомпаниите се засилат со оваа напредна оперативна опрема би се оформила нова рамнотежа како резултат на промените во влијанијата поврзани со туристичките и бизнис патувањата.

СИСТЕМИ НА ИСПОРАКА

Добивките и зголемените придобивки за клиентите доаѓале и можеби ќе продочжат да доаѓаат од не толку високо технолошки извори; имено измените во системот на испорака. Иако ефтините авио компании екстензивно ги употребуваат информациските технологии, природата на нивните системи на испорака е она што им овозможува да ги надминат операторите во другите сектори на авио индустријата. Размислувајќи за сегашната состојба на Канадскиот пазар, Archambault & Roy (2002) испитуваат дали економската клима или пак некој процес на трансформација е одговорен за успехот на „евтиниот сектор“. Свкупниот раст и зголемениот процент на слободни туристички патници е главен фактор, но и феноменот на (наклонет) систем на производство е истотака значаен фактор. Многу фалениот бренд во овој сектор, South West Airlines одамна се одалечи од основниот пристап на производна лента. Наместо тоа нивната оперативна стратегија личи на она што Bowen и Youngdahl (1998) го опишуваат како општа индустриска парадигма која доаѓа од спроведувањето на услугата и производната ориентација.

Levitt (1972) го употреби примерот на fast food за да го опише случајот на производствен пристап кон услугата. Поранешниот развој на центри за повик и централни системи за резервација, во многу делови од услужниот сектор го рефлектираат овој потег кон производство и испорака на стандардизирани продукти (производи) во големи количини.

Производителите кои се долго време способни за масовно производство во фабриките научија како да ги испорачат тие екстра компоненти кои го сочинуваат целосниот произведен пакет кој го купуваат клиентите. Подоцна во време кога многу успешни тур-оператори ја видоа доминацијата на стандардизираните пакети, од производителите беше побарано да обезбедат карактеристичност која подоцна стана позната како феномен на дизајнерска марка. И за производството и за услугата се појави потреба да се достават производи кои содржат некој елемент на



карактеристичност и тоа во големи количини. Така и во двата сектори настанала наклонети системи за производство со цел да се соочат со предизвикот на масовно прилагодување. Чартер компаниите долго време имаа сличности со нивните евтини противници. На пример како што вели Lobbenberg (1995), брзото/евтино свртување на аеродромите е клучно за чартер операции. Како и да е постојат и не многу тенки разлики во средствата употребени за да се обезбеди оперативна ефикасност:

- **Чартер компаниите типично обезбедуваат стандардизирани производи- едноставните авиокомпаниии им дозволуваат на клиентите да го прилагодат производот;**

10.000 (18.520)

- **Понекогаш авиокомпаниите наоѓаат економичност во вертикалната интеграција;**

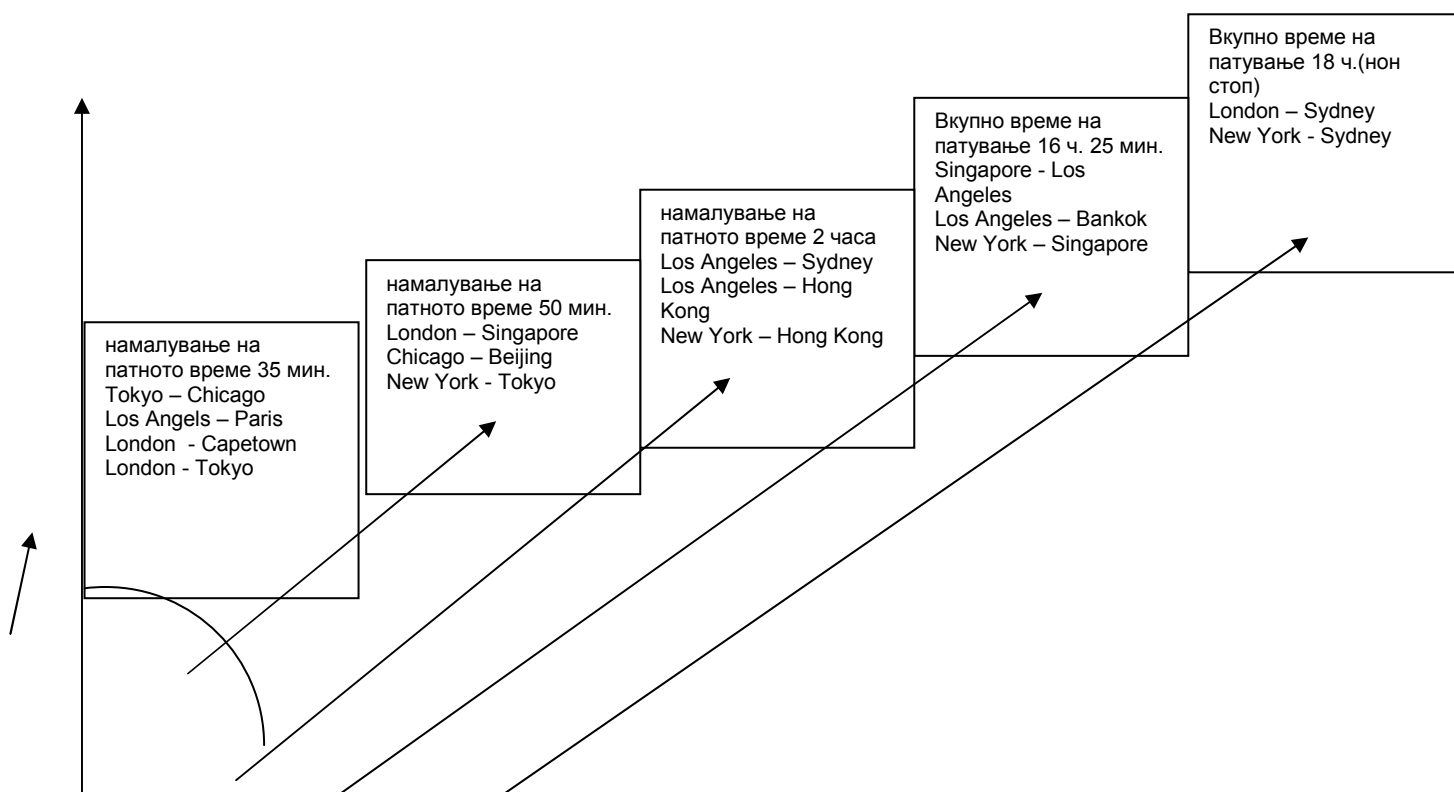
9.000 (16.668)

- **Често авионските компании рационално го искористуваат капацитетот.**

8.000 (14.816)

7.000 (12.964)

6.000 (11.120)





УПРАВУВАЊЕ СО КАПАЦИТЕТ

Втора димензија се поврзува со потенцијалот да се прошири употребата на информациската технологија како потребна алатка за управување и како конкурентско оружје.

УПРАВУВАЊЕ СО ПРОФИТ

Начинот на работа на отворени системи го акцентира преклопувањето меѓу производните и маркетиншките функции (Fitzsimmons & Fitzsimmons 1994). При работење со ограничен капацитет ова поврзување и одредени индустриски карактеристики го прават убедлив пристапот базиран на производот (Kimes 1994). Авиокомпаниите ги поставуваат условите вообичаено поврзани со употребата на произведен менаџмент:

- **Високи фиксни трошоци;**
- **Ниски вариабилни трошоци;**
- **Способност да се селектираат клиентите;**
- **Способност да се предвиде побарувачката;**
- **Краткотраен капацитет.**

Кога тимот на American Airlines Decision Technology (ADAT) прв започна со системите на произведен менаџмент, стратегиите и тактиките користени за да се максимализира приходот веќе им беа познати на другите оператори:

- **Управување со капацитет – пребукирање за да се компензираат**

Слика 9.1

Потенцијални информации за трговијата добиени за правецот на влијание и опсег на способност за Boeing sonic cruise; Боинг порака новости; Ново Boeing авион да го вклучите во спектарот на можности. Април 2001 година.

други недостатоци;

- **Дискриминаторни цени – за да се минимализира нереализираниот потенцијален приход поврзан со единичните цени;**
- **Контрола на растојание – за да се минимализира разместувањето на приходот на повеќекратни летови на долго растојание кај што побарувачката е нееднаква помеѓу секторите;**



- **Контрола на групно резервирање – за да се минимализира разместувањето предизвикано од продажби договорени со групи.**

Успехот на AADT доаѓа преку негување на прецизност при примената на GDS/CRS интерфејси способни за дополнување на централната задача т.е. предвидување на побарувачката. Факторот товар, која за авиокомпаниите е клучна мерка за оперативните перформанси, е истотака засегнат од начинот на кој стратешките сојузи го користат системот на компјутерски резервации, при што сподобата на информации е доминантна карактеристика (Chen & Chen 2003). Искористувањето на капацитетот преку производниот менаџмент кој управува низа практики на кои клиентите веќе се навикнаа, има и свои критичари. Lee & Ng (2001) велат дека се забележани подобрени резултати кои не се превземени зголемени претходни продажби, под услов да може да се толерира вишокот на капацитет. Ова и многу други практики на менаџментот (како што е пребукирањето) им се веќе добро познати на клиентите. Со справувањето на променливата побарувачка од позиција на фиксна понуда, авиокомпаниите преку производниот менаџмент обезбедуваат подобро искористување на капацитетот, пониски оперативни трошоци кои пак би можеле да им одговорат на клиентите.

Многу клиенти пак најверојатно не мислат добро за дискриминаторните цени. По многуте години клиентите се навикнати на препреките на производниот менаџмент од кои произлегуваат варијации во цените според условите на резервирањето како што се:

- **Плаќање однапред;**
- **Резервирање однапред;**
- **Повратни / неповратни**
- **Дозволени / недозволени измени за датумот на патувањето;**
- **Определено времетраење на престојот;**

Разделувањето на капацитетот за да се сопрат богатите бизнис патници да патуваат по пониски цени, кои првенствено се одредени за слободните патници, беше јака страна на традиционалните превозници. Повторно нееднаквата побарувачка и желбата за подобро искористување на капацитетот се главните фактори на авиокомпаниите за оправдување на ваквите тактики.

За цените пак, традиционалните превозници се под напад од евтините (компаниии со ниски трошоци) конкуренти со притисоци кои произлегуваат од последиците од 9 / 11 (нападот на двете кули близначки), со што некои превозници се присилени да ги намалат ограничувањата на некои билети (при времетраење на



престојот). Како и да е, проблемот има подлабоки корени поради разликите во производот кои секој тип на оператор ги нуди.

ПРЕДИЗВИК ТРОШОЦИ БЕНЕФИЦИИ

Системите за управување со профитот, иницирани од американските авиокомпаниии и отстапени на други оператори со ограничен капацитет,(на пример хотели; железнички оператори; рент-кар) им нудат на клиентите придобивки (бенефиции) во вид на намалени цени за отстапувања, како што е можноста да се резервира доцна. Евтините оператори кои се појавија во северна Америка употребуваа релативно несофистицирани системи за управување со профитот и им нудеа на клиентите ниски цени со минимум ограничувања (Pender & Baum 2000). Сега во европа клиентите користат богат пакет бенифиции и тоа по ниво на отстапување кое може да се толерира. Традиционалните превозници се заглавени со ограничувањата при резервирањето, најверојатно поради тоа што ограничениот капацитет е значителен, со тоа што е далеку поголем од основниот капацитет (седишта во авионот). Навистина, една од карактеристиките на превозник од светска класа , како што е Сингапур Ерлајнс (SIA) е високото ниво на инвестиции на домашен план во Чанги (Changi) аеродромот. За SIA, ова значи терминали наменети за товар, опрема за одржување, услуга за време на летот итн. Слично на ова Катај Пацифик (Cathay Pacific)направи значајни инвестиции по можностите кои се отворија со новиот аеродром во Хонг Конг; Чек Лап Кок (Chek Lap Kok). Но во поскоро време, други глобални играчи како што е Бритиш Ервејс (British Airways) се соочија со притисоци да ги намалат домашните оперативни капацитети преку екстернелизација.

Pander & Baum (2000) ги истакнуваат ценовните предности и бенифиции за клиентите кои ги користат евтините превозници. Во многу случаи, оперативната ефикасност истотака ги зголемува паричните и непаричните бенефиции на клиентите (табела 9.1).

Основната причина овде за поврзување на оперативните карактеристики и влијанијата врз клиентите е тоа што можеби е важно да се оделат оние предмети (артикли) кои може да се опишат како иновативни услуги од оние кои претставуваат ценовни предности.



Табела 9.1 Операции и бенифиции за клиентите

оперативни карактеристики

влијание врз клиентите

Поедноставени цени – преку единечни -
флексибилни повратни билети

Услуги за време на лет – поедноставена наклонета
услуга овозможува побрз обрт и поголема
искористеност на авионот

Авионска флота(возен парк) – стандардизирана на
малку типови на авиони

- Кабини конфигурирани за една класа
- Режи́ми на одржување поедноставени преку стандардизација на делови и сервисирање аеродромски инфраструктури
- Хомогеноста/рационализацијата ги елиминира диференцијацијата и дупликацијата во области како што се пријавувањето (check-in) и чекалните
- Помали цени и комплексност при активности поврзани со справување и преместување на багаж

Точки на тргување

- Развој на регионални аеродроми нуди помали трошоци за влез

Клиентски интерфејс

- посно и упростена со ниски цени на оперативни трошоци од примената на најнова технологија, и елиминирање на посредниците, им се потребни за издавање собирање и исплата

Помалку рестрикции; поголема флексибилност во патувањето. Судирот од пребукирањето е помалку веројатен поради неповратните билети. Зголемен избор: користење на услуги одредени од клиентите.

Доверба – безбедносни стандарди одржани преку употреба на авионска флота со мала просечна старост.

Работа со клиенти

- Стандардазирана преку исправност во редот за чекање постигната со принципот – прв дојден / прв услужен
- Недостатокот на превозни опрема може да значи зголемена комплексност и време за повеќекратни патувања

Погодност

- Со помали превозни далечини и вкупно време на патување
- Распоред на летови независен од активноста на аеродромот

Поедноставен влез

- Со 27/4 достапно време
- Клиенти од кои се бара да бидат активни учесници
- Приспособување кон поцврсто структуриран процес на интеракција

Ова е особено важно кога ќе се земе

во предвид односот помеѓу авиокомпаниите и аеродромите, откако "евтините превозници" како нови играчи наидуваат на речиси отворени врати кај регионалните аеродроми кои се заинтерсирани за раст на сообраќајот. Спротивно на нив,

Начини на транспорт во континентална Европа, често се служеше со железнички услуги работат на меѓународно координирање распоред. Во овој контекст интегрирано или безшевени превоз може да биде повеќе од реалност отколку во Велика Британија каде што фрагментација и метеж има по цел ден. Овој трансвер од далечина може да бидат релевантни за патниците ангажирање ниска цена на оператори, бидејќи:

- Прекумерна концентрација на авиокомпанијата операции преку хабови како Хитроу може да се исклучат голем процент на населението врз основа на цена и вкупното време на патување.

традиционалните превозници пак се најчесто резултатина политичка историја и имаат комплексни оперативни структури.

Seristo & Vepsalainen (1996) претставуваат соодветен модел кој ги опфаќа факторите за трошоци и за приходите при операциите на авиокомпаниите. Тоа нуди добра основа за споредба помеѓу самите традиционалните и "евтините" превозници. Како и да е, со проширување на доменот и временската рамка може да се добие една поширока слика која ја покажува оперативната рамнотежа и влијанијата од приходите, трошоците. Како што е спомнато во претходните делови, дополнителните фактори на



трошоци како што се ниво на услуга, старост на авионите, ниво на автоматизираност, екстернализација и задолженија во сообраќајот можат да бидат значителни. Со почит кон приходите и товарниот капацитет(недостатокот од него) и сообраќајниот состав се исто така значајни разлики.

Ако им се случи некоја ерозија на сегашната ценовна предност на Европските "евтини" превозници, тогаш можноста за развој може да се заоснова на диференцијација преку елементите во производниот пакет кои не се поврзани со цената. Piga & Filippi (2002) доаѓаат до заклучок дека цената на билетот е само еден елемент во пресметките на трошоците на клиентите.

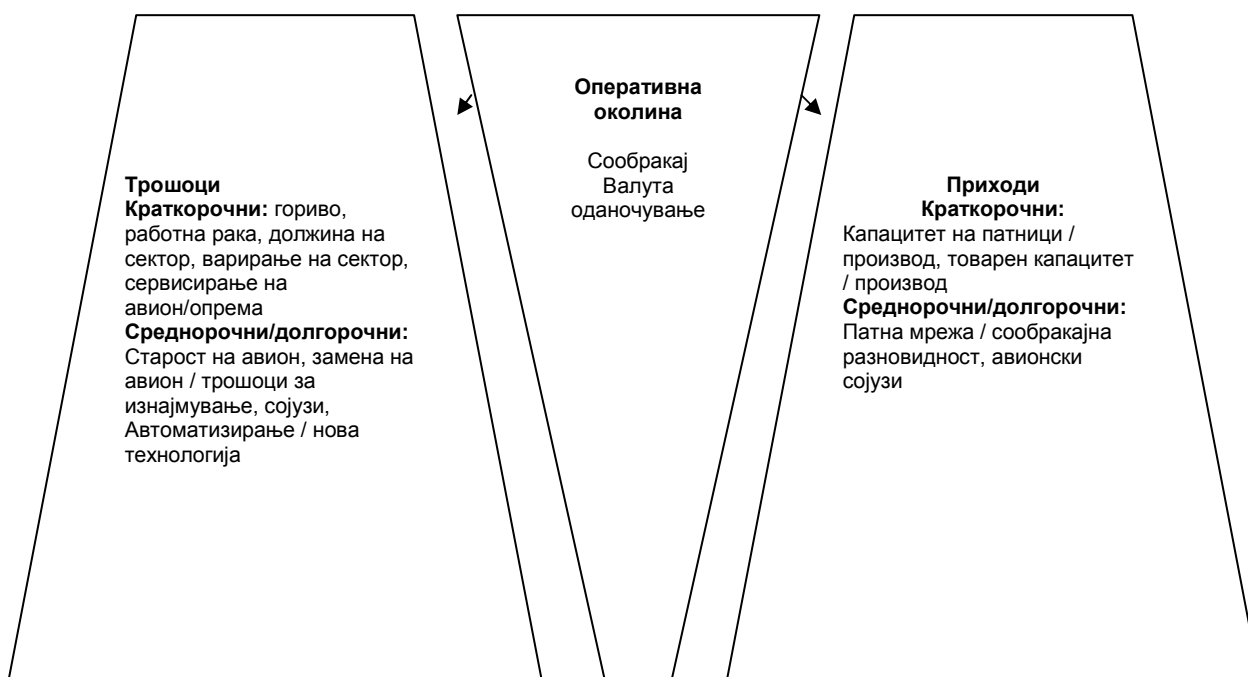
Воведена е "превозна далечина" – патувањето помеѓу аеродромот и местото на живеење; ова заедно со други детерминанти може да се искористи за да се развие поразбирлива функција за клиентите базирана на "целосно патувачко искуство". "Превозната далечина" вклучува во пресметките за трошоци на клиентите но и други променливи како што се алтернативните форми на превоз можат да влијаат врз одлуката на клиентот".

"Евтините авиокомпаниии" должат голем дел од своето силно присуство во Британија на релативно флексибилниот пазар на труд, но друг фактор може да биде и локацијата и функционирањето на другите форми на превоз.

Во копнена Европа градовите се најчесто опслужени од железници кои работат според меѓународно координиран распоред. Во овој контекст, интегриран или "хомоген" превоз е поголема реалност, наспроти Британија кајшто поделеноста и пренатрупеноста се секојдневие. Така превозната далечина може да биде важна за патниците кои одбираат евтини оператори бидејќи:

- ❖ Претераната концентрација на операции на авиокомпаниите преку аеродромите како што е Хитроу (Heathrow) може да одврати голем процент од популацијата на основа на трошоци и вкупно време на патување

Оперативна рамнотежа: влијание на факторите на трошоци и приходи.





С.л 9.2 Оперативна рамнотежа: влијание на факторите на трошоци и приход

- ❖ Евтините превозници кои нудат линии со исти крајни дестинации најчесто
- ❖ употребуваат различни места на тргнување (Piga & Filippi 2002).

Исто така како што операторите веќе знаат , превозната далечина при крајната дестинација е фактор кој влијае на изборот на пакет од страна на клиентот.

Имајќи го во предвид целосното патувачко искуство евтините превозници и регионалните аеродроми му обезбедуваат на патникот подобрен пристап кон воздушниот транспорт и тоа на база на трошоци и вкупно време на патување. Во 19 – от век , железничкиот транспорт имал слични ослободувачки ефекти врз голем дел од населението. Така за некои клиенти евтините превозници можат да го направат воздушниот транспорт производ за рутинска потрошувачка додека пак другите би можеле да бидат привлечни на база на новитет. Од банкарство до брза храна , оперативните системи се засилија за да понудат масовна услуга овозможувајќи да се појават постепени наместо нови побарувања.

СТРАТЕГИИ ЗА КВАЛИТЕТ НА УСЛУГА: НОВИ ПРАВЦИ ПРЕКУ ИНФОРМАЦИСКИ ТЕХНОЛОГИИ

Информациските технологии и допирни точки меѓу компаниите ќе продолжат да ја менуваат улогата и позицијата на авиокомпаниите , традиционалните електронски туристички посредници и новите е- посредници. (е- електронски) (Morgan 2001). Од палета на е-платформи; Интернетот, ИДТВ (интерактивна дигитална телевизија) и мобилните телефони управителите ќе формираат нови бизнис модели (Barnett & Standing 2001).

Неодамнешните лажни почетоци можеби не ги исполнија очекувањата на некои снабдувачи, но неколку студии велат дека клиентите се тие што најмногу ќе придобијат. (Buhalis & Liacata 2002).

Виртуелните патници , овозможени преку интернетот да станат проактивни и пософистицирани при односите со авиокомпаниите ја отсликуваат позицијата на клиентите при деликатен систем на услуга дефиниран од Оласен и Реванг (1991) (Olassen & Revang).

На основно ниво информациската технологија при стандарден систем на услуга игра улога на асистент, и е интегрален дел од процесот на услуга.

При комплексен систем на услуга информациската технологија има улога на советник. За клиентот, технологијата постанува инструмент за интеракција со помек интерфејс. Поголемо учество на клиентот наместо отворен двонасочен процес на комуникација помеѓу корисникот и обезбедувачот на услуга, тоа е главната замисла.



Новите посредници и новите пристапи во постоечките оператори ја користат улогата на комуникатор при деликтен систем на услуга, за да се добие процес на услуга кајшто главни карактеристики се интеракцијата со изолацијата од техничкото јадро.

Тука акцентот се движи од обично исполнување на солидна оперативна ефикасност кон конкурентска предност здобиена преку поефективно прилагодување на производите.

Деликтен систем на услуга мора да исполнува високо ниво на корисност и толеранција за индивидуални потреби. Информациските технологии, кои ја нудат на авиокомпаниите можноста за дизајнирање на индивидуален пакет услуги, можат да бидат долгорочната иднина за традиционалните превозници:

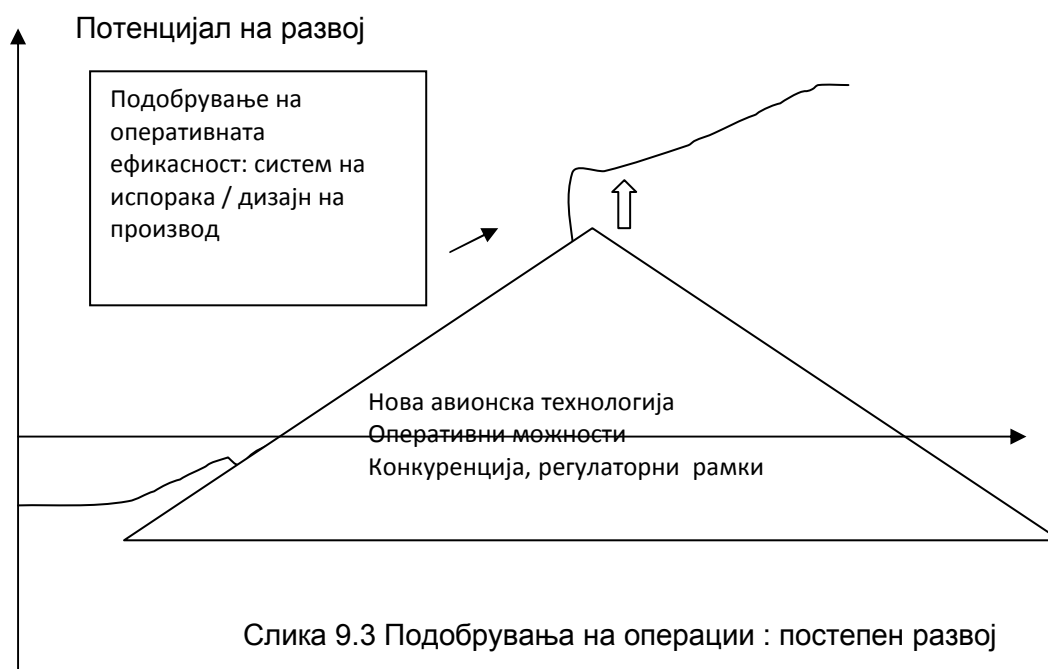
Добивање патент за важните системи или услуги кои ги нудите на пазарот е невозможно, но тешко е да се копира компанијата која извршува одлична услуга (Olassen & Revang 2002).

ЗАКЛУЧОЧИ

Едно резиме направено во првата декада од тековниот век ќе се опише слика на променлива среќа за авиоиндустријата. За традиционалните авиопревозници, последиците од "9/11" се покажаа како претешки за надминување (Golaszewski 2003).

Овие неповолни услови ја зголемија долгорочната парализа. Законите за конкуренција и бавната транзиција од национални превозници до вистински меѓунационални авиокомпаниии можеби ја објаснуваат ограничената перспектива на техничките решенија кои се употребуваат за да се смени начинот на кој лета светот во 21-от век.

Бавната адаптација во некои сектори обезбеди многу можности за операторите кои беа способни да развијат стратегии кои одговараат на пазарните потреби. Многубројните операции концентрирани на големи аеродроми и мрежи, нудат огромни оперативни и маркетинг погодности, но во неповолни услови, авиокомпаниите со големи оперативни инфраструктури стануваат ранливи. Понаклонетите и пофлексибилни операции, какви што се среќаваат во евтиниот сектор не носат таков товар и се покажаа способни да одговараат на развојните трендови во 1990 година.(слика 9.3)



Слика 9.3 Подобрувања на операции : постепен развој

Евтините авиокомпанији претставуваат една фаза во развојот на оперативните системи потребни да одговорат на различните потреби на пазарот за авиотранспорт. Сличности можат да се забележат и кај другите услужни сектори како што е fast food (брзата храна) и хотелските операции со проширување на границите за да обезбеди масовна потрошувачка. Во три клучни сфери, конфигурација на капацитет, управување со капацитет и квалитет на услуга, евтините авиокомпанији ги задоволуваат клиентите и својата продуктивност, преку оперативни структури приспособени на потребите на пазарот. Истражувањето, за да се покаже овој баланс при исполнувањето на оперативни цели, може да произлезе преку проучување на значењето на "превозна далечина" во создавањето на авои-туристички те производни пакети. Во други точки кои вреди да се следат се вклучува и улогата на евтините авиокомпанији и новите информациски технологии во развојот на кратките независни патувања.

Потенцијалното влијание на новите информациски технологии можеби не ветува развој кон деликатен систем на услуга, но сепак основно е сознанието дека, онаму кајшто преовладува конкуренцијата, секој оперативен систем чија главна цел не се клиентите не е во согласност со својот пазар. Така нивоото на деликатност соодветува со конкурентноста, која операторите во авиоиндустријата ја имаат кон обезбедување системи способни да ги задоволат очекувањата на клиентите.

Затоа насоката на истражувачката агенда треба да се прошири кон прифаќање на понатамошни анализи на овие стратешки оперативни фактори.



КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ербас Индустија (2001) ербас фамилија на авиони- Вовед А 380 Фамилија (http://www.airbus.com/product/a_380_background.asp) Accessed 2/3/03.
2. Аламдари Ф. (2002) Регионални развои на авиокомпанијата и однос помеѓу патувачки агенции, Весници за управување со авиотранспортот, 8 (5), 339-348.
3. Арсамболт и Рој, Џ (2002). Канадски авиотранспорт индустрија и во криза или транзиција? Списание за маркетинг за одмор, 9 (1), 4-16.
4. Барнет М. Стендинг, Џ (2001). Позиционирање на патничките агенции на интернет Списание за маркетинг за одмор, 7(2), 143-152.
5. Боинг (2001), Нов авион на Боинг кој вклучува голем број можности (http://boeing.com/news/releases/2001/q2news_release_01042.html) Accessed 2/5/03.
6. Бовен Д. и Јангдол В. (1998) наклонета услуга во одбрана на пристапот со производна линија „ Меѓународно списание за управување со Индустијата за Услуга „, 9(3). 207-225.
7. Бахалис А. у Ликата М. (2002). Идните посредници на е- туризмот, „Туристички Менаџмент„23(3).207-220.
8. Батон. К. (2003) дали теоријата на „Јадро„ објаснува зошто авокомпаниите не успеваат да ги покријат своите долгорочни трошоци на капитал? „Списание за Управување со Авиотренспортот „,9(1), 5-14.
9. Чан. Д. (2000а) Развојот на авиоиндустијата од 1978-1998 Ч Стратешки глобален преглед „Списание за Управување со Развој„, 19(16), 489-514.
10. Чан. Д.(2000б) Воздушни војни во АзијаЧ Конкурентски и кооперативни стратегии и тактики во употреба „Списание за Управување со Равој „.19(6), 473-488.
11. Чен Ф. и Чен Џ. (2003) Ефектите од стратешките сојузи и заеднички ризици на товарните фактори во операциите на меѓународните авиокомпаниии.39(Е). 19-34.
12. Копланд. Е. (1992) Улогата на авиокомпаниите во дебатата за туризмот и животната средина „Туристички менаџмент„ 13(1), 112-114.
13. Елек. А.(1999) отворено небо или отворени клубови? Нови проблеми во економската соработка Азија- Пацифик „Списание за Управување со Авиотранспортот„, 5(3), 143-151.
14. Еванс. Н.(2001) Кооперативна стратегијаЧАнализа на променливиот свет на меѓународните сојузи. „Туристички Менаџмент„ 22(3), 229-243.



15. Фицсимонс, М и Фицсиомонс, Ј (1994) „Управување со услуга за конкурентска предност,, Ч Сингапур Ч Мек Гро – Хил.
16. Жилберт, Д. Чајлд Д и Бенет, М (2001) Квалитативна студија на сегачната пракса на авиокомпаниите кои оперираат во Обединетот Кралство. „Списание за Маркетинг за Одмор,,7(4), 304-315.
17. Голашевски, Р, (2003) Мрежни индустрии во судар Финансирање на авијациски инфраструктурен капацитете и изложување на анмалување на сообраќај. „Списание за Управување со Авиотранспорт,, 9(1), 57-65.
18. Ханлон, П (1999) Глобални авиокомпаниии(второ издание) Оксфорд: Батерворд Хејнеман.
19. Ханеган, Т.Ф и Млви Ф:П.(1995). Сојузи на меѓународни авиокомпаниииЧ Анализа на влијанието од делењето информации врз авиокомпаниите и потрошувачите. „Списание за Управување со Авиотренпортот,, 2(„), 131-137.
20. Холовеј, С (2002) АвиокомпаниииЧ Правње пари Алдерчот:Ашгате.
21. Кенгис, П. и О ' Рајли, М.(2003) Стратегии во еден динамичен пазар. Студија во авиоиндустријата,,Списание за Бизнис Истражување,, 56(2),105-111.
22. Ким, С.(1994) Забележлива правичност при управување со приход.35(1),22-29.
23. Лаферети, Г. и Ван Фосен, А.(2001) Интегрирање на туристичката индустрија: Проблени и стратегии. Туристички менаџмент,22(1),11-19.
24. Ли, К. И Енг, И. (2001) Напредна продажба на капацитети за услуга: Теоретска анализа на влијанието од ценовната чувствителност врз поставувањето цени и алокација на капацитетот. Списание за Бизнис Истражување5(3).219-225.
25. Левит, Т. (1972) пристап на производна линија кон услугата. Хардвард Бизнис Списание.50(5).20-31.
26. Лобенберг, А(1995) Влијанието на повратните трошоци врз вклучителните патнички цени. Туристички менаџмент,16(7),501-505,
27. Локвуд,Р.(1995) Насочен развој на нови производи. Првокласен дизајн за производство.2(1),34-37.
28. Лајл, К.(1995) Иднината на меѓународната регулација за авиотранспорт.Списание за Управување со Авиотранспорт.2(1),3-10.
29. Мак Ивор, Р.О' Рајли, Д. и Понсонби,С (2003) Влијанието на Интернет технологиите врз авиоиндустријата: Сегашни стратегии и идни развивања. Стратешка промена,12(1),31-47,
30. Морган, Н, Причард, А и Абот, С(2001) Потрошувачи, патничка технологија:Светла иднина за (интернет) Мрежата и теле-шопингот. Списание за Маркетинг на Одмор,7(2),110-124.



31. Оласен, Џ. и Реванг, И.(1991) Значањето на информациската технологија за квалитетот на услугата: Од пазарна сегментација до индивидуална услуга, Меѓународно Списание за Управување со Индустријата за Услуга,2(3),26-46.
32. Пендер, Л. и Баум, Т.(2000) Дали додатоците навистина ја напуштија Европската Авиоиндустрија? Меѓународно Списание за Туристичко Истражување,2(6)423-436.
33. Пига, К. и Филпи,Н.(2002) Резервирање и летање со евтини авиокомпаниии. Меѓународно Списание за Туристичко Истражување,4(3),237-249.
34. Рицер, Г. (1993) Макдонализација на општеството: Истрага за променливиот карактер на современиот социјален живот.Њубер Парк : Пајн Форџ Прес.
35. Серисто, Х. и Вепсалаинен, А. (1996) Фактори на трошоци за авиокомпаниите: Вмешување на политиките за флота, линии и персонал. Списание за Управување со Авиотранспортот,3(1),11-22.
36. Џаур, С.-Х.Чанг, Т-И. и Јен, К-Х (2002) Проценка на квалитетот на услугата на авиокомпаниите од Фици. МЦДМ. Туристички Менаџмент,23(2),107-115.
37. Вебер, М. и Вилијамс, Г. (2001) Двигатели на развојот на авиотранспортните линии на долги релации. Списание за Транспортна Географија,9,243-254.
38. Виткрофт,С.(1991) Авиокомпаниите, туризмот и животната средина. Туристичка Менаџмент.12(2),119-124.
39. Закрески, Е.(1998) Освен честите патници: Познавање на потрошувачите како основа за развој на авиокомпаниите,12(2),119-124.
40. Во: Г.Ф. Батлер и М.Р. Келер (изданија) Прирачник за Авиомаркетинг. Њујорк :Авијациска Неделна Група.



ПОГЛАВЈЕ. БР. 10. Крстаречки бродови: детериторизација на дестинациите:

Вовед

Стапката на раст на крстарење во последните децении е двојно зголемен од вкупниот раст на пораст на туризмот. Од својата главна база на Карибите, крстаречкиот туризам се шириниз светот, зголемувајќи ги пристаништата низ сите региони. Исто така, реката и каналот пораснаа многу брзо пспбено во Европа и Кина. Се со цел и двете да се сретнат и да се создаде ова барање, крстаречките бродови се зголемија во обем, односно се чини дека нема ограничување на повик, клиентелата е проширена надалеку и е надвор од традиционалните цели на боратите маркет бази, само со околу 13% од американците па дури и помали пропорции на др.место,крстаречката индустрија е сигурна околу својата иднина. Во 2002 година глобалната крстаречка флота е составена од 223 бродасо годишен капацитет 11 358 203 патници, како и со приходите од продажбата од над 15 милијарди долари.

Северна Америка доминира на пазарот и стоката на раст е спектакуларна, издигајќи се од само 330.000 патници во 1965 год, на 7.6 милиони во 2002 год. До 2006 год, предвидено е дека флота 251 брода ќе донесе приходи над 19 милијарди долари (Крстаречка индустрија,Вести,Годишен 2002.14) Фостер (1986) со чудење забележал како со крстаречките бродови и нивната култура избегнал општествено научно внимание, а тој вели “Јасно, крстарењето на крстаречката индустрија прецтавува главна граница за истражување на туризмот” (Фостер 1986-216-217). Речиси 20год. а подоцна и полрај периодичните прегледи на индустријата (Dowling & Vasudawon 200, Hall & Braithwaite 1990, Hobson 1993, Mancini 2000, Paisley 1996, Pitter Schafer &1998), и анализите на изборите на корисниците, обарците на патните трошоци и влијанието врз пристаништата и пошироката економија (De La Vina & Ford 2001, I Dwyer & Forsyth 1998, Hendhorhe 2000. Marti 1992, Masson & Volakis 1985, Mosardo et al 1996, Teye & Lecler 1998), тоа и понатаму продолжува да биде “малочисленост на студии и малку ақдемска литература за туристички брод (Робертисон 2002). Покрај специјалната емисија на Австралија – врз основа на весникот туристичките студии за туризам во Декември 1996год. крстаречкиот туризам има добиено многу малку организирано внимание или подржување во рамките на академската литература. Некои автори исто така се фокусираа на негативните влијанија врз животната средина и нејзината ограничена економија на сиромашните региони. (Клајан 2002, Pattulo 1996, Uebersox 1996). Сепак во однос на крстаречкото искуство е многу малко пишувано. Релативно запоставување на крстаречката индустрија е жалосно, не само затоа што тоа подразбира многу значаен сектор но и поради тоа што има неколку единствени



особини кои имаат апликации на туризам. Две ќе бидат истакнати во оваа поглавје. Првото е еднозначно – глобалната природа на крстаречкиот туристички сектор. А бројните фактори, врз основа на мобилноста на слабост на меѓународните регулаторни режими, има поддршка за крстарење на бродови да функционира во уникатна детеротизирана животна средина. Ова се однесува на втората карактеристика, што на многу значаен степен бродот не е само во форма на превоз, туку и дестинација за себе. А овој феномен не е сосем нов, ниту пак е универзален, туку дефинитивно останува “ Дестинациско крстарење”, каде што маршрутата е поважна од бродот. Дестинациско крстарење, сепак, генерално се гледа како на “ како и да е”, патувања кои што се означени во рамките на индустријата. Ова ги прави крстаречките бродови како уникатна форма на туристичкиот превоз. Луѓето одат на “крстарење”, а повеќе од тие одат на едно место. А сепак нивната главна цел не е друга форма на патување, туку вистинско место (дестинација). Како Марисон т.е. (1996.15) стави: Наместо да се натпреваруваат со авиокомпаниите, на крстарење линиите станаа нивни партнери, а се натпреваруваа со дестинации, летувалишта, одмори и др. алтернативи. На самиот брод, овозможено е пловачко одмаралиште, обезбедување на максимални можни одмори и забавни објекти. Крстаречките бродови станаа како мобилни верзии на нивната земја – базирани конкуренти. Оваа глава придонесувана следниот начин. Првиот дел дава прегледна историја и структура на крстаречка индустрија. Вториот дел се оценува како клучен аспект на глобализација како процесот на деторизацијата, се наоѓе во срцето на крстаречката индустрија и претставува уште од најголемите производи. Третиот дел го испитува бродот како детеризациона дестинација, во текот на истражувањето на еволуцијата на крстарење на искуство и решавање на прашањето за односот на крстаречкиот туризам кон своите гости над земниот туризам. Во последниот дел се реземирани клучните прашања, кои најверојатно ќе ја обликуваат историјата на крстарењето.

ИСТОРИЈА И СТРУКТУРА

Во маркетингот, а понекогаш и брод декарот, крстарењето на современата индустрија оддава почит кон Златните години на големите транс – атлански линии, кои пловеа од 1860-тите, 1960-тите. (Фокс,1999, Maxton Team – 2000). Патнички нивоа во пост во периодот II. Светска Војна го достигна својот врв во 1957год, тогаш тоа е брзо наредено со доаѓањето на постојаните авионски летови во 1950-тите. Многу од компаниите за крстарење отворија бизнис, малку од нив опстанаа до денес. Денешните водечки крстаречки компании, Карневал и Ројал Карибиал, стапи на работа по колапсот на првиот транс – атлански брод на индустријата за крстарење. Компанијата Океаник, наменета целосно за северноамериканскиот пазар на крстарење е изградена во 1965год, за компанијата Хоме Линес, а некои оваа го прикажуваат како



почеток на модерното крстарење. Другите цитираат 19 Декември 1966год, кога младата Норвешка Карибска линија стана првата компанија која нуди целогодишен распоред на крстосувања насочени кон Сунуарт во масовниот пазар. Таму имало неколку фундаментални насоки на развој на настаните. Прво, не постои потреба да се дизајнира за голема брзина или за чување и ракување со товар. Второ, со крстарење на корпус со стабилизатори се негуваше промената далеку од дизајнот на традиционалните линии на полето дизајни на повеќето современи крстосувачки бродови, кои го зголемија за генирање на приходни простори (Кудаху 2001, Даусон 2000). Естеската привлечност на поранешните бродови ја објаснува носталгијата поврзана со крстосување на туризмот, особено во однос на класичните линии. Централното достигнување пост – 1960год, крстаречката индустрија беше репозицирањето на крстарење како масовен пазар на производ. Општествениот живот на крстарење го прикажаа на Лове Боат ТВ серија од 1970-тите. Годици останаа intimidating на пазарот, а во овој контекст, Карневалот Круз Линија на “Забавен брод” маркетингот е често кредитиран со правење на пауза одлучено со оваа преспектива (е.д. Дикисон & Владимир 1997). На Крстаречката индустрија нуди разновиден и стратификуван сет на опции за крстарење со цел да се прошири пазарот на дофат. Масата на пазарниот сектор генерално е поделена во три категории. На “буџетниот” сегмент е во доменот на релативно мали компании со постарите бродови, некои од нив се претворени во линии или бродови од претходната ера. Разни чартер операции, промовирање на овој сектор. Повеќето вкусови на европскиот пазар, на пр. Аиртоурс Круисес. Додека нивните цени се пониски од оние на повисоките сектори, разликата помеѓу “буџетот” цените и на овие во следното ниво се релативно мали. За корисниците кои преферираат постарите бродови и стилот на живот го одржуваат бродот, со буџет крстарењето е едно од ретките достапни опции.

Вториот сегмент е она што опишена како “современ” сектор. Терминот не ни открива многу, освен од хедонистички или ориентација на стареење Бејбу бумерс, која претставува најголема патничка демографска група во овој сектор. Главините линии и мнозинството на бродови служат во овој сегмент од пазарот Карневалот, Ројал Карибен, Принцес, Норуегин Крис лиин (НЦЛ). Коста “Дизни” фестивал. Првата европска и Малсин базирани на Стар Крусес, алтоитин Старс помали бродови, исто така се прилагодуваат на luxury сектор. Долниот крај на современиот сегмент се совпаѓа со буџетниот сектор.

Сериозно е исцрпена во последните години со падот на пр. Крстаречките компании како Commodore; Premier; Dolphin; Royal; Majesty; Renaissance и Regal. Големите мега – бродови (Vogoon 2001), имаат поддршка за своите доминантни играчки да се консолидира во овој и во други сектори. На врвот Ешелон на масата сектор на пазарот



обично е наведено како “премиум” сегментот. Цената и бротскиот дизајн не се многу различни од современиот сектор, но дефинитивно, премија пазарите се постара популација и пронаоѓаат сегмент. Основни линии за оваа категорија Холандија, Америка, Селебрити и оринтираат – осилест со доминантно место – оринтирани компании во буџетот и современиот сектор. Надмасата секторот на пазарот, може да постави “лажен” сектор. Од страна на неговиот карактер оваа вклучена високо – разновидна група на крстарење на бродови крај високи и мали јахти крстаречки бродови со необични правци, патувања по реката, на различни видови на откривање, авантура и посебен интерес на патувањата итн. Иако степенот на луксуз е значителен во оваа категорија, цените имаат тенденција да бидат постојано се повисоки. Не постојат можности за економиите на обем и тие често не летаат знамињата на погодност (која ќе се дискутира во повеќе детали подолу). Постојат голем број на компании во нашиот сектор, но повеќето се мали. Поголемите компании во овој сектор имаат тенденција да бидат на реката и крајбрежните крстаречки компании на пример: Viking River Cruises; Crosio Europe; Peter Dolman; Victoria Cruises и Norwegian Costal Voyage. На врвот и на целиот пазар на луксузен сектор, со големи компании Canard, Sea bourn, Windstar. (сите во сопственост на Карневал), Crystal, Radisson седум мориња, и Silver Seas, крстаречки линии. Постои значителна разноликост во она што е понудено во овие различни патувања, но просечната цена има тенденција са биде над премија и голем дел од пазарот лажат, иако тоа се совпаѓа со некои одлично на пример Reside Sea вовеле еден нов вид на крстарење садот, 43000 – тонска во светот, во 2002 год, ова беше во спална комплекс апартмани (на \$ 2 милиони до \$ 6,8 милони секој) и 88 апартмани за гости кои можат да бидат издадени под кирија од ноќта за \$ 1800 до \$5640 (Хамилтон). Постојано навигацијата низ светот со нова рута секоја година, клубот на бродот носи привилегии реципрочни со мајексклузивните клубови во своите пристаници на повик. За елита, крстарењето стана постојан начин на живот. Тоа треба да се потенцира дека мора да се направи скица пред поедноставна многу комплицирана ситуација. Некои компании нудаат крстосување во повеќе категории. На еден брод таму е на видум – отфрлените системи на класа на бродови е постепено враќање (Клајан 2002). Во значителниот пазар, до кој датум е помалку oligopolistic од северно американскиот пазар, постои разновидност во регионалната сопственост и оперативни стилови што не се целосно заробени тука. Од друга страна, на дофат на светското крстарење од најголемите компании, заедно со своите огромни финансиски средства, предлага долгорочни кон овој вид на статификувана хомогенизација.



ГЛОБАЛИЗАЦИЈА НА КРСТАРЕЧКАТА ИНДУСТРИЈА

Крстаречката индустрија е уникатно глобална. Речиси нема регион во светот кој нема крстарење во туризмот. Корибите, и ако останува далеку од најзначајниот крстаречки пазар, кој е во процес на долго – мандат пад на уделот на пазарот, иако и другите региони станаа повеќе развиени. На пример, Алјаскиот крстаречки пазар бележи значителен раст во последните години, како и на Европскиот пазар. И покрај турбуленциите поврзани со Азиските финансиските кризи и САРС, најмногу брзо – растечки пазар во текот на изминатата деценија е во Југоисточната Азија, каде што на извореден раст на почеток Крумзи подгреан годишен раст од 60% помеѓу 1994 и 1998год, (Синг 1999). Со текот на милиони крстарења пристигнати во една година, Сингапур се појави како најважна меѓународна крстаречка дестинација и отвор, во Азискиот регион Пецифик, јазот помеѓу Јужна Азија и Пацификот и Европската е заостварувањето на крстарење (Вуд 2002). Растот на Почетокот Круизи одраз на фактот дека крстаречкиот туризам стана глобална форма на средната класа одмор Свезда вовеле крстарење на средната класа од Југоисточна Азија, и таа ја гледа својата иднина во негувањето на сличен пораст во Кина. Покрај тоа, помалку формални “слободен стил” Крстарење Пионер од Star се извезува преку својата подржница. NCL, во Карибите и европските пазари . Така , иновации и трендови во индустријата се повеќе имаат тенденција да бидат глобални отколку чисто на регионално ниво . Глобализацијата е често придружена со економска концентрација , и ова е особено точно во крстаречката индустрија . Голем број на помала и средна големина – компании пропаднаа во 1980-тите и 1990-тите . Овој процес се интензивираше како се консолидираат mainstream компании . На пример , Малезија - базирани Star Cruises , започна изненадувачко превземање на NCL во почетокот на 2000 год. Со преземање во 2003 год на поранешниот број три кмпании , Принцес , првите три матични компании , Carnival , Royal Caribbean , и Star Cruises , сметка за 79,7 % на глобалната и 91,5% од Северна Америка удел за крстарење на пазарот , правејќи ја крстаречката индустрија една од најпознатите концентрирани во светот (Cruise Industry News Annual 2002). Глобализацијата на крстаречката индустрија вклучува повеќе од географската распределба и економската концентрација . За разлика од земните конкуренти , на брод за крстарење и искуството кое го нуди може да се репозиционира . Со краток временски период речиси насекаде во светот. Понатаму , од нејзините бродови работат поголем дел од времето во меѓународните води тие се в голема мера ослободени од националниот пропис и сзано лабаво – регуларни од страна на меѓународните пописи . Ако детеритероризација се гледа како централно дефинирање на функцијата на глобализацијата (на пример Бауман 1998



год , Scholte 2000 год, Tomlinson 1999), потоа на крстаречката индустрија може да се види како глобална во чиста смисла на зборот . Таа работи во уникатна средина , која пристапи на неа – либерален идеал на минимално – регулиран глобален пазар. На две основни линии и повеќето од нивните придружници имаат домашни канцеларии во, и главно едро од тоа , во САД . Карневалот и Ројал Карибите се , сепак , вградени во Панама и Либерија , соодветно . Одредби во даночните САД кодови ослободени приходи од бродови и авиони кои припаѓаат на странски корпорации се додека нивната сопствена земја обезбедува реципрочни привилегии . Додека повеќето авиокомпаниии се инкорпорирани во сопствените земји кон данокот и нивниот приход (на пример British Airways , Lufthansa итн.)

, и двете крстарења и товарниот брод компании рутински да избегнат такви оданочувања од инкорпорирање на себе во офшор финансиски центри , кои привлекуваат капитал од оданочување на тоа минимално или воопшто на сите. Ова претставува една многу значителна даночна заштеда на кои не им е достапна на земјата – врз основа на конкуренцијата. Тоа е дополнето со бројни специјални даночни олеснувања дека моќни крстаречки компании имаат успешно лобирање за (Франц 1999 год, Клајн 2001 год) , како и владени субвенции за бродови тие нарачаа од европските бродоградилишта . Сепак тоа е со отворен регистер (знаме на погодност) режим дека повеќето се заснова на целата индустрија . Речиси сите поголеми бродови за крстарење не се регистрирани ниту во знамето на погодност состојба или на друго место во вториот регистар на други држави , кои служат околу истата функција . Ова им овозможува на сите големи фирми да ги регрутираат нивните екипажи на глобално ниво, и ги ослободува од нив кои морале да се придржуваат повеќето на национален труд , минималната плата , здравјето , безбедноста и законите на животната средина . Ова е голема заштеда на оној кој им овозможува на бродовите за крстарење да им понуди сместување , оброци , забава што е значително помалку од таков пакет ќе ги чини повеќето пристаништа кои тие ги посетуваат. Знамето на погодност е режим во срцето на економската конкурентност на индустријата за крстарење . Спротивно на тоа , индустријата за крстарење тврди дека всушност е една од најпознатите регулирани индустрии во светот . Овие тврдења не можат да бидат потврдени. Додека бродовите за крстарење теоретски може да дојдат под јурисдикција на многу суверенитети , ефектот на оваа голема мера беше заговорот од фактот дека за спроведување на генерално биле знамето држави , кои привлекуваат компании со тоа што се знае дека нема да се оданочат или прекумерно регулират . Сепак, изминатава деценија бележи постепени иако нерамни тврдења за поголема контрола врз одредени активности на бродовите за крстарење , особено во САД . Иако ова паѓа далеку помалку од она што оваа индустрија и критичари сметаат дека е неопходно , се



чини веројатно дека регулаторната средина во индустријата ќе биде зајакната со текот на времето , наместо ослабена . Сепак , ова се чини дека се применуваат само на некои области , особено загадувањето и правата на патниците . На индустријата во голема мера – нерегулирани прерогативи има во областите на вработување и даночни избегнувања досега остана неповредена во голема мера , и покрај знамето на погодност и анти-sweats hip кампањи за меѓународен превоз на работничка федерација (ИТФ) и други слични организации . презема , на пример сегашната ситуација во поглед на загадувањето на море .Еден голем брод во патувањето за една недела генерира 210.000 литри на фекална канализација исто така , ќе произведува еден милион литри на сивата вода (одпадните води од мијалници , туш кабини , перење) барем 130 литри на опасниот отпад, од кои 8 тони цврст отпад и 25.000 литри мрсна Билге вода (Шмит 2000). Крстосувачките бродови емитираат големи количини на загадувачите на воздухот , како и (Blue water мрежата 2000).Постоечкиот меѓународен закон забранува отстранување на пластика во морето , но дозволува само за се друго што треба да се фрлени, под одредени услови . Непрочистени води правно може да бидат фрлени 12 милји од брегот . И покрај ограничениот карактер на загадување регулаторен режим , брод за крстарење повреди на два национални и меѓународни закони се вообичаени . AU.S. Government Accounting Office (GAO) студија пријавени 104 познати нелегално отпуштање случаи кои вклучуваат крстосувачки бродови помеѓу 1993 и 1998 год. Од 111 случаи на загадување на морето од странски знаме држави од претходниот период , казни кои беа наменети во секој од нив нема освен за две помали парични казни (ГАО 2000). Поради неуспехот на знамето регистар – членки дел живеат и до надлежностите дадени од страна на меѓународната морска организација (ММО) на влади кои мора да барат други механизми .САД обвинителите пионер иновативна стратегија против кралските кариби во средината на 1990 год. кога сватил дека компанијата била ангажирана во fleetwide кривичен заговор за депонијата мрсен отпад со местење на цевките да се заобиколат на одборот анти-загадување на опрема. Наместо да бараат да ги извршуваат кралските кариби за кршење на меѓународните закони за загадувањето , за чие спроведување е официјално делегиран на регистарот држави , компанијата беше обвинета само за презентирање на фалсификувани логови ,на американската крајбрежна стража официјални претставници во пристаниште САД , повреда на американскиот закон , откако не успеаја да ги убеди американските судови дека тие немале надлежност , кралските кариби се изјасни за виновен и беше казнет со 27 милиони долари во 1999 година . Истото американската стратегија резултираше со молбите за виновни и значителни казни за слични прекршоци од страна на NCL во 2002 год. и од карневалот во декември 2002 година . Во овој период , парични казни за кршење на законите за



загадување на воздухот во Алјаска пристаништата беа наменети на Холандија ,Америка , карневал , NCL , славна, Принцеза , Кристал и светското крстарење како дел од државната иницијатива на крстарењето на Алјаска , која исто така резултира со нова легислатива , поставување на повисоки стандарди за испуштање на вода и сиво загадувачи на воздухот . Недостатокот на волјата да ги извршуваат меѓународните анти-загадувања закони се одразува на продолжување на слабоста на спроведување на отворен регистар поморски режим . Сепак постојат монтажи кои не можат да бидат игнорирани. На пример во САД агенцијата за заштита на животната средина во 2000 год прифати петиција од 53 еколошки организации да ги истражат загадувањата од бродовите , за крстарење и да воспостават нови правила и механизми на присила (USEPA 2000). Индустијата почнува да покажува знаци на обраќајќи се на работната култура (и на бродови и во матичната канцеларија) која не е донесена на законите за животната средина и мсериозно да се биде подготвен да се направат инвестиции во нова генерација на значително помалку загадувања на бродови . Меѓународниот совет на крстаречки линии (ICCL) и Флорида – карибиски крстаречки асоцијации (FCCA) имаат испомешани да се воведат доброволни индустриски стандарди и да стигнат до доброволните договори со Флорида И Хаваи , но како Ocean Conservancy (2002 : 25) студија држави :”Искуството покажа дека кога станува збор за заштита на морската средина , применливи стаандарди се препорачува да се доброволни стандарди , без разлика колку се добронамерни ”.Европските земји постигнаа договор во 2001 година (Парискиот меморандум за разбирање за државата на пристанишната контрола) до целна крстосувачки бродови за редовните инспекции кои започнаа во 2003 (Клајн 2002). Безбедноста на патниците е на друга област на зголемена регулатива.Во техничка смисла , повеќето бродови на отворено море се едрење под јурисдикција на Либерија ,Панама или на Бахамите , и патниците со жалбите мора да барат надомест во судовите на овие земји. Во одговор на негативниот публицитет што произлегува од Carnival признание дека 108 сексуални напади се случиле на некои бродови во претходните пет години , сепак , NCL најави совет – широк политика па отсега натаму известува за такви случаи за правилата на пристанишните власти .Потоа , на Флорида врховниот суд пресуди дека државата може да гони за воени злосторства извршени на отворено море ако бродот е во или надвор од пристаништето на Флорида . Судот забележува :

“ Туристичката индустрија во Флорида би можела да биде значително засегната ако злосторствата кои се јавуваат на одборот на бродовите за крстаарење , каде што мнозинството од цената плаќаат патниците да се качат и излезат во Флорида се да одат unprosecuted “

(Corzo 2000 1E)



Слично на американскиот федерален апелационен суд пресуди во 2000 година дека странските – обележани бродови, не беа ослободени од американскиот анти-дискриминаторски закон и дека на крстаречките бродови мора да бидат усогласени со американскиот попречен акт.

Овие случувања сугерират на една нова димензија на глобализацијата : движење кон спроведување на глобалните стандарди во областа на океанот , загадувањето од страна на локалните власти и кон повеќе homeport регулатива во областа на правата на патниците и сигурност. За понатамошни чекори во оваа насока се чини веројатно , но индустријата за крстарење останува уникатно ослободена од присилните прописи во други области .

БРОДОТ КАКО ДЕСТИНАЦИЈА

Бродот често се смета да биде дестинација сама по себе. Карневалскиот председател Дикинсон (1993-115) забележил: на ограничен број на земљи и пристаништа понудата не е пречка за карневалските корисници бродот да биде атракција, а не повикот од пристаништето”. Иако степенот на транспорт е дестинацијата, која варира од мештерии и од видот на крстарењето, крстаречки патници генерално тршат повеќе од нивните на нивните одмори на на бродот, отколку на земљата. Покрај тоа фокусот на прирачник ќе биде за крстарење, и потенцирање разлика меѓу компании и бродови наместо избор на дестинацијата. Пакетот правци преувеличува можности да се помине на одборот Ритзер (1999), карактеристичен модерен брод како “катедра на потрошувачка”.

Освен необјавени истражувања на пазар, многу од напишаниот материјал вклучува и лични искуства од новинарите и патеписните книжевници. Демократизација на издаваштвото го донесе на интернет, и буквално посотвите на интернет на крстаречка критика од страна на крстаречки патници, додека овие ги коментираат, имаат тендеција да се фокусираат на физичка архитектура на бродот, квалитет на исхраната и пијалокот, и за се тоа што го има во различни пристаништа на повик, тие се сепак на корисен извор за останатите елементи на крстарење од искуство на патници.

Дрво (2000) ги идентифицира неколку апсекти на масовниот пазар но крстаречки искуства се чини во голема мера може да се верификуваат. Првите звездички о набљудувањето покажаа дека крстаречко искуство е фундаментална детериторизација.

Масс-пазарот искусен брод е намерно произведен за да се оди од регион во кој патува. До некој степен оваа го рефлектира фактот дека крстосувачки бродови често се крстат во различни региони во светот и во различни периоди од годината. Прашање тука не е само еден дел од материјалот на животна средина на



бродот. Многу малку други отстапки се направени во функција на околниот регион, или пристаништа на повик. Порт-информатички сесии се исклучиво за она што треба да се купи и во кои продавници да ги трошиме парите внатре.

Забавата е во ЛАС ВЕГАС стил. Храната и пијалокот не зависат од регион во кој патуваат. Регионална култура каде крстариме во бродот е невидлива, во смисла на она што се случува на масовниот пазар на бродот. А втората тема вклучува исклучиво и застапеност на екипажот, етничкиот диверзитет и стратификација. Паралелно со тоа класа на патници е хиреархија, офицери, персонал и членови на екипажот често се тесно поврзани со националност, раса и етничка припадност. Начелници од традиционално море-се справат со Европските народи и се благодарни на креиречка индустрија и маркетинг, додека исклучиво бела офицерска бела класа е во сите глобални етажи. Екипажот за вработување е со многу различна политика. Пример е Холандија и Америка, тие се потпираат на работници од Филипини и Индонезија, толку многу што во едно патување во 2001 имаме само 1 –човек со африканско потекло (американски граѓанин), помеѓу екипажот на 650. Масовниот пазар на Карибски патувања главно од третиот свет ја пее песната “Господ бог да ја благослови Америка”, се газат шапки и се навива за американски патници. Една третина од тие вклучува средиште на симулација во крсареење на животна средина. Со нивна пастелна и често впечатлива декорација на бродот, често се карактеризирани како пловечки тематски паркови-“Дизни Светот” за возрасни, како оснивач на карневалски тури (Showker & Sehline 1998). Како и со Дизнеј Световите оваа симулира да е светот подреден до помалку совршен свет. Впечатливо проучување на овој приоритет, 6-крстосувачки компании вклучуваат нивни сопствени острови на Карибите на нивни предци, па дури и маркетинг тимот во подполност стимулира опкруженост и дава “автентично” Карибско искуство, кое веќе не може да се осети на право место. На Карибите прашање на детериторизација е крстосувачко искуство и е главна грижа. Крстаречки туризам прераснува далеку побрзо отколку со седиште на престој во текот туризам, и на некои острови престојот беше одбиен, а креирање драстично се зголемува. Според Карибска туристичка организација имала 19,5 милиони престоечки туристи во Карибски земљи во 2001 година.

И 15.2 милиони крстосувачки патнички пристигнувања. Крстаречки доселеници како процент од вкупниот број туристи се движи од 5,8% (Доминиканска република) за да 77,5% (Доминика). Во 13 од вкупно 23 карибски островски земји, крстаречки доселеници се во поголем број од доселеници (СТО2002). Една студија нарачана од FCCA проценува крстосувачки патнички расходите во пристаништа на повик на просечните 103,83 \$ во 2000 година, со



голем број се протега од 56,22 \$ за 173,24 \$ (PWC / Brea 2001: vi). Најголемиот дел од Карибските крстосувачки патнички трошоците е за накит, часовници, и облека, на сите кои се увезуваат од надвор од регионот,

Ситуацијата е преокупирана од Карибска Туристичка Организација за години, и нејзините земји-членки превземаа обврски на себе за прв пат 2002 да се развие здружен пристап во справувањето со крстосувачки индустрија. Кариби Хотелот асоцијација долго време се жалеа на немањето на ниво на игралиштето во ситуација каде што нивните крстаречки конкуренти се изземени повеќето од данок, работна сила, животната средина и други прописи и трошоците дека нејзините членови не се во иста положба. Влада на Карибите е загрижена за ниските трошоци во пристаниште во регионот, заедно со ограничување и фокусирање на трошење на крстаречки туристи. Сите би сакале да се зголеми процентот на престојувачки туристи во текот на крстарење,откако поранешните трошат многу повеќе и трошат на начин на кој се користи на локалната економија повеќе. На СТО има превземено "крстаречка пренамена" кампања за зголемување на бројот на крстаречки патници кои се враќаат за престој и одмор.

Крстаречки компании тврдат дека тие генерираат гости над посетителите со обезбедување на земање мостри од Карибите понуди, кои патниците можат да изберат и пак да се вратат.На пример, една студија нарачана од FCCA во 2000 година известува дека 51,6% од патниците анкетирани изразија интерес за враќање во пристаништето- врз основа одмор (PWC / Brea 2001).

Има малку цврсти докази за да се поддржи или побие тврдењето дека крстаречки туристи се враќаат како гости а не како туристи. Студијата FCCA укажува дека речиси половината од испитаниците не очекуваат да се вратат во земјата - врз основа прекрасно е,а можеби повеќе фрапантно. Вилкинсон (1999) известува дека околу 6,2% на престој во текот туристи на Бахамите, во 1996 година, била под влијание од страна на претходната крстаречка посета. Крстаречки туристи на Бахамите побројни се од нивни туристи,и ова претставува низок процент на имплементацијата. Крстаречки компании зависат од повторување на крстарења, обично над половина на која било дадена крстарење, и тие се ангажирани во различни стратегии за да се задржи крстарењето.Клубови и посебни привилегии на бродот за последно крстарење,раскошно-со илустровани часописи на компанијата и



брошури, посебно со налагани цени и надоградби, како и внимателно нагледување на туристички агенции кои се дизајнирани да ги задржат патниците кои доаѓаат назад на бродот.

Некои истражување сугерира дека постојат значителни разлики меѓу целокупната крстаречки туристи и земјиште - врз основа туристи, кои не се за големи одморалишта и дестинации на крстаречка индустрија и се натпреваруваат со конкуренција. Една компаративна студија (Морисон et al. 1996) заклучува дека способноста на патувања е да се комбинираат елементи од неколку алтернативни видови прекрасно крстарење со единствени атрибути и сугерира дека крстаречки патници може да бидат доста специфични туристички сегмент и дека патувањето ќе остане како главен конкурентна земјиштето-врз основа на летувањето. Има малку искуство во одбор на крстарењето, кои ќе олеснат и поттикнат гостите на враќање во пристаниште на повик. Крстаречки компании често се повикуваат на нивни регионални колеги за да направат копнен објект, кој ќе биде повеќе интересен и атрактивен, со ретериторизација на бродска животна средина-исто така би било пожелно оваа гледна точка

Заклучок: Крстарењето во иднина

Со оглед на својата единствена комбинација на превоз и дестинација, заедно со предностите кои ги црпи од својата единствена детериторизација на крстаречка индустрија веројатно ќе продолжи да расте со стапка над стапка на пораст на туризмот во целина. Крстаречки резервации се враќаат брзо по настаните од 11 септември, 2001, и CLIA објави рекордна година за своите членови во 2002 година. Индустријата има причина да биде сигурна околу неговата иднина, иако како тоа се видени од страна на земјиште - врз основа туристичкиот сектор зависи од тоа дали на индустријата се гледа првенствено како комплементарни или конкурентна. Дури и во вториот случај, првенствено на Карибите, во смисла дека регионално туристичко стопанство мора да се помори со зголемување на крстаречки пазар, како реален животен факт.

Сепак, стопанството продолжува со способноста да се ослонат на детериторизација-особено неговата слобода од регулирање во широк спектар на области-за своја профитабилност и конкурентска позиција не е целосно обезбедена. Управување со реформите се во во воздух и многу зависат од тоа



колку далеку одат. Кампањата против “знаме на погодност”, систем кој досега има само ограничени ефекти, иако некои бродови имаат подпишано договори со ИТФ (воени барања & ИТФ2022). Овие договори паѓаат далеку помало од договори со сојуз (скоро цел крстаречки сектор останува без синдикат), но се извлекуваат некои форми на доброволна усогласеност во однос на третман на работа. По 11. септември, знамето доаѓа до зголемена контрола. За поморскиот администратор на американско Министерство за транспорт на поврзани знамиња-на погодности на бродот за тероризам во сведителство на Претставничкиот дом на САД, во јуни 2002 година, критикување на знамето, на погодности и повикува на политика за да се олесни враќање на Американско знаме. Загриженост за губирок на знамето има исто така и во голем број на европски земљи. Тоа е разбриливо дека војната против тероризмот би можела да се закануваат на веќе постоечко знаме и неговиот режим на практочност.

Постоечки меѓународни договори дале знаме на регистар на држава со најмала тонажа, особено ПАНАМА, ЛИБЕРИЈА како и на Бахамите, моќта на вето во врска со промените во системот, веројатноста за темелна промена не е голема. Тоа изгледа можно дека знамето регистар-членки може да бидат принудени да се направи сопственост повеќе транспарентни и да ги преземе своите одговорности за спроведување во областа на брод безбедноста и посериозно загадување. За крстаречка индустрија, ова веројатно ќе има само ограничени економски влијание. Ако од друга страна се соочат со предизвикот нејзиниот сегашен труд и факс прерогативи со знаме - на - погодност реформи, способноста на индустријата да понуди сите - Инклузивна одмори на такво високо - конкурентни цени може да биде нарушена.

Одржливоста на животната средина е прифатена од индустријата, туку таа продолжува да се спротивстави на спроведливи договори и продолжува рутински да ги крши закони на животна средина. Како реакција, пристаниште држави во Северна Америка и Европа, ќе биде поагресивна и креативни во изнаоѓање начини за спроведување на национално и на внатрешните стандарди. Разни невладина организација (НВО) иницијативи се исто така во тек, како што се бродските управувања, иницијатива на океаните Плава фондација (2002) и Сина-вода на бродските компании. И двете иницијативи потенцираат заедничките интереси на земјата и крстарење на заинтересирани страни. Како и со прашањето на детериторизација на крстаречко искуство,



пристап што ќе вклучува еден заеднички напор на патување со брод и земјиште - врз основа туризам во решавањето на прашањата за животната средина кои влијаат врз нив двајцата за да биде добројден развојот.

Од друга страна, со распаѓањето на многу други помали компании крстарење и желбата да се постигне на економиите на обем се водечки да повеќе хомогенизирана крстарење производ во многу respects. Ritzer (1999) тврди дека таа тензија постои помеѓу, рационализација и повторно маѓепсани во вакви " катедрали на потрошувачката ". А ретериториализација на крстаречко искуство може да се потребни и двете за да ја задржат својата морска-база на привличност и да се одржи здравје на своето пристаниште на повик.

Белешки

1. Другите регистри беа воведени од страна на земји како Норвешка и Холандија да го задржат или привлечат назад кон нивните регистри бродови кои инаку би се регистрирани во знамето на погодност држави.
2. Според Schulikn (2002 стр 125) отстранување на знамето на погодност системот ќе биде "финансиски катастрофалниот на крстаречки систем".
3. Интересно е да се размисли за тоа како ова може да биде револуцинија, односно на бродот да се вработуваат е предмет на U.S-антидискриминациски закон.
4. Тоа се рефлектира во крстаречки водич, писател Anne Camphell (2002) да се земаат Карибските патувања, односно време на ураган од сезоната.
5. Ова помалку важи и за регионални крстаречки компании во Европа, Сепак, растечката концентрација е наметнување на некоја каприциозна детериторизација и резултат, има премногу Викинг речни крстарења опкружени со животна средина.



Референци

1. Бауман.З(1998). глобализацијата: човечкиот консеквенции.ЊУЈОРК Columbia University Press.Bluewater Network (2000) А рангирана палубата: воздушна полуција големи бродови(www.earthisland.org/bw/stacked.pdf) Пристапено од 26 јуни 2001.
2. Кембел, А (2002). Ураган сезона- Време за крстарење (www.cruisemates.com/articles/humor/hurricane.cfm) Пристапено од 26 јуни 2002 година
3. Корзо.Ц(2000) американските судови се добива простор за крстарење. Miami Herald 30 јули Крстаречко стопанство ВЕСТИ 2002
4. Cudahy, B.J (2001) Бродски феномен во Северна Америка.Centerville, Мериленд: Корнел поморски пресс
5. Dawson, П. (2000) крстосувачки бродови: Еволуција во изградба.London: Конвеј Поморски пресс
6. Dowling, P. (1993), Крстаречка индустрија,изглед во Кариби.In DJ Gayle, & JN Godrich (eds), Туризам Маркетинг и менаџмент во Кариби.London: Routledge, Дикинсон, Б. & Владимир, А. (1997). Продажба на море: Внатрешен изглед на крстаречко стопанство. Њујорк
7. Дваер, RK, & Vasudavan.T (2000). Крстарење во новиот милениум.Туристичко-рекреативно-истражување. 25 (3) ,17-27
8. Фостер, Г.М (1986). Јужно-морски крстарења: Една студија на случај на краткотрајна здруженија.Анали за туристички истражувања ,13,215-238
9. Генералниа асоунтиге канцеларија (Гао) (2000). Загадување на морето: постигнатиот напредок за да се намали загадувањето на морето со крстосувачки бродови, но важни прашања за опстанок. Вашингтон.
- 10.Голдберг.WA (2000). Крстосувачки бродови, загадувањето и меѓународното право: Обединети-членки се нафрла врз Кралски Карибски линии, Висконсин меѓународното право весник 71-93
- 11.Хамилтон, WL (2002). На бродот на Кондос, животот е бесконечно крстарење.New York Times, 1 септември
- 12.Henthorne, TL (2000). Анализа на трошоците од страна на бродски патници во Јамаика.Journal на патните истражување 245-250
- 13.Хобсон, JSP (1993). Анализа на американски крстосувачки стопански линии.Туризам за управување 453-462
- 14.Klein.Ra (2002). Бродот за крстарење blues.Долната страна на крстаречко стопанство.Габриолов Остров. П.н.е. Нов општествен издавач
- 15.Манчини, М (2000). Водич за крстаречка индустрија, Albany.NY Delmar Томсоновото учење.
- 16.Maxtone-Греам, J (2000). Чад на сонцето. Американски Држави: Шеридон куќа
- 17.Mescon TS & Vozikis C. (1985). Економското влијание на туризмот во пристаништето на Miami.Анали за туристичко истражување. 515-528



18. Морисон, А. Жанг, С.Н., О. Лири, Ж.Т. & NADKARNI, N (1996), Компаративни профили на патниците на Патувања и земните одморалиште. Одмори И Туризам весник на студии 15-27
19. Океан Conservancy (2002), Крстаречка контрола на извештај за тоа како влијаат бродови врз морската средина ([www.oceanconservancy.org / aboutus / објавување / cruisecontrol.pdf](http://www.oceanconservancy.org/aboutus/aboutus/cruisecontrol.pdf)) 9 септември 2002
20. Океани Blue Фондацијата (2002). Дува во свирче и случајот за крстарење Потврдување: Жалба на животната и социјалната средина пред меѓународен закон. Vancouver п.н.е.
21. Pattullo, P. (1996). Последна населби: Цената на туризмот во Caribbean. London: Cassell
22. Peisley, T. (1996). Светот брод индустрија до 2000 година Лондон: Патување и Туризам Price Waterhouse Coopers разузнавање (PWC) и бизнис Истражувања и економски советници (Brea) (2001) Круз индустрија економското влијание на Карибите Мајами Флорида-Кариби Круз Асоцијација
23. Ритер, В., & Шефер, С (1998). Круз туризмот: А шанса на одржливост туризам рекреација истражување, 23 (1), 65-71.
24. Ritzer, G. (1999). Волшебен на disenchanting светот: револуционизира начинот на consumption. Thousand Oaks, CA: пајн Forge прес.
25. Робертсон, G (2002). Бродот за крстарење туризмот. ([Http://www.lighthouse-foundation.org/lighthouse-foundation.org/eng/forum/artike100304eng.html](http://www.lighthouse-foundation.org/lighthouse-foundation.org/eng/forum/artike100304eng.html)) Пристапено 17 јули, 2002 година.
26. Шмит, К. (2000). Bluewater мрежа. Крстарење за проблеми: Произлегуваат бранот на брод загадувањето. Сан Франциско. ([Http://www.bluewaternet.org/reports/rep_ss_cruise_trouble.pdf](http://www.bluewaternet.org/reports/rep_ss_cruise_trouble.pdf)) Пристапено 30. април 2003 година.
27. Scholte, J.A. (2000). Глобализација: А критички вовед. Њујорк: Сент Мартин прес.
28. Schulkin, A. (2002). Безбедно пристаниште: Занаети меѓународен решение за брод загадувањето. Џорџтаун меѓународната еколошка Law Review, 15 (1), 105-132.
29. Showalter, G.R. (1994). Крстосувачки бродови и приватни острови во Caribbean. Journal на Travel и туризам маркетинг, 3 (4), 107-118.
30. Showker, K. & Sehlinger, B. (1998). На неофицијалниот водич за Патувања. Њујорк: Macmillan.



31. Синг, А. (1999). Раст и развој на крстарење линија индустрија во Југоисточна Asia. Asia Пацифик туризам весник на истражување, 3 (2), 24-31.
32. Тее, V.B., & Leclerc, Д. (1998). Производи и услуги задоволство меѓу Северна Америка крстарење патници. Туризам менаџмент, / 9 (2), 153-160.
33. Tomlinson, J. (1999). Глобализација и култура. Чикаго: Универзитетот во Чикаго.
34. Uebersax, M.B. (1996). Непристоен предлог: Бродот за крстарење на загадувањето во Карибите. ([Http://www.planeta.com/planeta/96/0896cruise.html](http://www.planeta.com/planeta/96/0896cruise.html)), Пристапено 23. Август 2002 година. САД заштита на животната средина агенција (USEPA) (2000) Круз бела хартија Вашингтон
35. Фогел, Х. (2001). Индустријата за патувања економија: Водич за финансиски analysis. Кембриџ: Cambridge University Press.
36. Валас, Д. Ф. (1996) Испорака на заминување: На (скоро смртоносна) утешува на луксузен крстосувачки. Харпер списание, 292 (1748), 33-56.
37. Војна на Сакате & меѓународен превоз работничка федерација (ИТФ) (2002). Sweatships. ([Http://www.waronwant.org/download.php?id=71](http://www.waronwant.org/download.php?id=71)) Пристапено 30 Април, 2003 г..
38. Вилкинсон, Р.Ф. (1999). Кариби крстарење туризмот: прелест? Илузија? Туризам Geographies, / (3), 262-282. Мудри, Ј. (1999). Како крстосувачки бродови shortchange на Карибите. Firtune, 139 (6), 44-46.
39. Дрво, Р. Е. (2002). Кариби на Исток? Глобал меѓусебните врски и на Југоисточна Азија крстаречка индустрија. Азискиот весник на Општествена наука, 30 (2), 420-440.



ТЕМА.БР. 11. Немоторизиран сообраќај и туризмот:

Велосипеден туризам

1. Вовед

Важноста на немоторизираниот сообраќај во туризмот често е потценета. Повеќето патувања, без оглед на намената, се на кратки растојанија и пешачењето до таму е еден од најважните начини на сообраќајот за овие видови патувања. Во многу земји во развој, пешачењето е единствениот начин на сообраќај за поголемиот дел од популацијата, особено кај руралните општества. (*Barwell 1996*)

Велосипедизмот е втората најзастапена форма на немоторизиран сообраќај низ светот, и е важен во неколку земји, на пример Кина, каде повеќе од 65% од сите патувања се прават на овој начин, а во спротивно, да речеме во САД, само 3% од патувањата се со велосипед. Во Европа возењето велосипед, е популарна форма на сообраќај во Данска, Германија и Холандија.

Употребата на коњи и други животни за сообраќајот е многу ограничена во развиените земји и вообичаено се губи во повеќето земји во развој и во руралните области. Моторизацијата е приоритетна во повеќето земји и во преносна смисла тоа ја симболизира модернизацијата.

Како и да е, оваа поглавје се фокусира на дилемата со која се соочуваат туристичките планери, како на пример, потребата да се подобрат пристапите до дестинациите, додека истовременото менаџирање бара начин на сообраќајот кој ќе ја намали потрошувачката на енергија и штетните влијанија на околината.

(*Becken et al 2003*)

Покрај овие аспекти сообраќајот може да има улога во подобрувањето во квалитетот на живеење на населението и да одржува привлечна околина за посетителот. Во овој контекст немоторизираниот сообраќај е важен. (*Lamsdon & Tolley 1999*)



И покрај неминовните вредности на немоторизираниот сообраќај како форма на одржливиот развој, пешачењето и возењето велосипед за одредено намени е во опаѓање во многу земји. (*Tolley 1997*) Во спротивно пак, патувањата со рекреативна или туристичка цел се во пораст во повеќето растечки земји. Делфи-студијата направена од страна на авторита во 2000 година покажа широко експертско мислење низ Европа, индицирајќи континуиран пораст на овие форми на сообраќај за рекреативни и туристички намени. (*Tolley 2001*)

Исто така се забележува и препородување и на интересот за пешачење и возење велосипед во Северна Америка, во Австралија и во источно-европските земји каде квалитетот на живеење се придвижува по нагорна линија според политичката агенда. (*Feldt 1996, Forward 2000*)

148. Les Lumsdon и Rodney Tolley

Постои мал евидентен отпор кај паралелните трендови во светот во развој. Како и да е, во многу места се јавува освестување дека разузданото користење на автомобилите доведува до масовно загадување и проблеми со здравјето кои пак негативно влијаат врз туристичкиот имиџ. На пример, градовите во Латинска Америка страдаат во голема мера од растечкиот сообраќај кој е резултат на ширењето на градовите, имиграцијата од руралните подрачја, заедно со слабиот јавен сообраќај.

Како резултат на тоа, повеќе градови страдаат од јака пренатрупаност и слаб квалитет на воздухот. Ова се смета за најголема пречка од страна на многу туристички оператори, особено за градови како што е Мексико Сити . (*Lumsdon & Suift 2001*)

Како контраст на ова, неколку градови во Латинска Америка освоија радикални мерки за да ја пребродат оваа зависност од автомобили, како што е креирање зони од автомобили во неделите. Богота, главниот град на Колумбија, и Кито во Перу, на пример, затворија неколку главни улици за да им овозможат на жителите и посетителите да уживаат во безбедно возењето велосипед и пешачењето низ централните зони во градовите. Подобрена е инфраструктурата за велосипедизмот во Сантијаго и во Чиле, (*Ortuzar et al 2000*) познат по слабиот квалитет на воздухот, и обновата на водниот фронт Буенос Аирес, носејќи враќање на прошетките, возењето велосипед и скејт



бордингот во градот во кој доминира сообраќајот. Ваквите развои се мали во споредба со развојот на моторизацијата која се случува во светот во развојот, каде што многу градови како Бангкок, Каиро и Делхи се без излез.

Терминот „немоторизиран“, се однесува на форми на сообраќај кои се на база на човечката енергија (а не на енергијата од согорувачките машини) и ова вклучува:

- **пешачење;**
- **возење велосипед;**
- **кочии на тркала како што се рикшиите и коњските коли;**
- **животни како што се камили и коњи;**
- **воден сообраќај како што се кануа, кајаци и чамци за веслање;**

Некои од овие форми на сообраќај се важни за сите дестинации како што е и дискутирано од страна на Orbasli и Shaw (*See Chaptex 7*) во нивната расправа околу менаџирањето на историските градови. Како и да е малкумина автори дале мислење околу оваа прашање. Има бројни причини за изоставувањето на немоторизираниот сообраќај во дискусиите околу менаџирањето на туристичките дестинации. Тоа е делумно поради недоволната концизност во дефинирањето што ја прави посетата-посета, и што е позначајно не е свртено доволно внимание на кратките патувања. (*Seeking 1989*)

Како второ се прават пропусти што се однесуваат на немоторизираниот сообраќај или пак не му е дадено доволно внимание во практичните студии. (*Whiteleg 1993*) Поради тоа начините на патување како што се пешачење и возење велосипед се со тенденција да бидат маргинализирани во развојот на туризмот. (*Lumsdon 1999*) Исклучок е направен во зголемување на пешачките зони, кои се фаворизираат во слободните планови; овие се исклучиво популарни и покрај отпорот на трговците, но се упатени на адреса на прашањето за ограничен сообраќај низ дестинациите.

Од немоторизираниот начин на сообраќај, пешачењето и велосипедизмот се најзначајни во повеќето дестинации, но другите форми се популарни во специфични дестинации низ светот, на пример, употреба на кајак или сноу бордот во Канада, или во некои азиски градови. Во туристичкиот сообраќај



корисно е да се направи една суб поделба на анализите, како што е дискутирано од страна на Lumsdon и Page во „ *Поглавје 1*„ на сообраќајот за туризам и сообраќајот како туристичко искуство.

На прво место, немоторизираниите форми на сообраќај се важен дел од патуваачкиот ланец, на пример, посетителот пешачи меѓу аеродромската железница и терминалот за летови, или, при пристигнувањето во самата дестинација посетителот пешачи од хотелот до блискиот ресторан. Тоа е интересна форма на сообраќај, често опишувана како лепило кое ги држи другите форми на сообраќајот заедно.

Другата димензија е немоторизираниот сообраќај како форма на туристичко искуство. Начинот на сообраќајот во овој случај, не е само главниот мотивирачки фактор за посета, но исто така е и главен елемент на туристичкото искуство. Водени се некои дискусии дали немоторизираниот сообраќај е соодветно дефиниран како специјален интерес, на пример, не е форма на сообраќајот, но најсоодветно треба да се однесува како заактивност. Друга перспектива вели дека тоа е вид активност, исто е сржта на сообраќајниот елемент кој му овозможува на посетителот да патува од една точка до друга или да направи цел еден круг. Така тоа е спој на обете. Тоа е форма на активност кој бара различни нивоа на вештини, мотивација и здржливост во зависност од локацијата и значењето на сообраќајот кое го зголемува уживањето и искуството. Ова може да се означува како туристичко сообраќајно искуство.

Велосипедски туризам

Со цел да го објасниме ова во повеќе детали, неопходно е да ги дефинираме клучните фактори и процеси кои го прават туристичкото сообраќајно искуство. Околу ова е дискутирано во врска со брзорастечкиот туристички сообраќај и искуството од него, велосипедизмот. Велосипедизмот е соодветна форма на сообраќај во овој контекст затоа што нуди значаен потенцијал во одржливиот развој на туризмот. (*Lumsdon 1997; 2001*) Рекреативниот велосипедизам има бројни значајности, му овозможува на посетителот да ужива во бавниот чекор со блиската природа, физичката околина покрај населбите. (*Simonsen et al 1998*)

Возењето велосипед (и пешачењето) се затоа претставени како најнаградувачки начини на патување во дестинациите отколку другите брзи



форми на сообраќај, елементот на патување само по себе носи висока позитивна вредност или добивка. (*Gardner 1998*)

Турист-велосипедист

Велосипедскиот туризам е дефиниран од страна на *Sustraus (1999)* како „**рекреативни, дневни и ноќни посети, далеку од дома, кои вклучуваат лежерно возење велосипед, како основен и значаен дел од посетата,**„ . Оваа дефиниција се состои од обете, повообичаените рекреативни велосипедисти, како што се дневни екскурзијанти и велосипедисти кои патуваат со велосипед на неколку дена. Во двата случаја, велосипедизмот од страна на туристот е сватен како клучен елемент на една екскурзија или одмор т.е. како позитивен начин да се зголеми лежерното време при посетата на дестинацијата, вклучувајќи возење на велосипед, маршрута и низа на придружните објекти на располагање.

Истражувањата околу изборот на патувачкиот модел во најголем дел се сведоа на психолошкиот модел на изборот на корисникот, на пример како што е образложено од страна на *Howard* и *Sheth (1969)*. Тие ги спојуваат следните фактори моделирани од страна на транспортните планери: достапноста на избор на начин, дизајн, активности околу начинот на маркетинг на страната која се услужуваат демографија, животни стилови, приоритетна цел и ниво на задоволство на спротивната страна. Бројни туристички истражувања го објаснуваат моделниот избор како предгрупа на изборот на дестинацијата (*Goodall 1988, Opermann*) и ја прошируваат природата на анализите со цел да го идентификуваат линкот меѓу мотивацијата и изборот на дестинацијата. (*Cullinane 1997*) Во литературата за велосипедскиот туризам неколку автори известуваат за наоди базирани на искуството.

Главните желби на туристите велосипедисти се, да се рекреираат и да го обноват чувството на благосостојба. (*Cope and Doxford 1998; Froitzheim 1995; Lumsdon & Smith 1997*) Идентификувани се и неколку други главни мотивирачки фактори, главно физичкиот предизвик, релаксацијата, бегството од секојдневното дружење, мир и тишина. (*Lumsdon 2000*) Јачината на секој фактор во процесот на донесување одлука варира за секој различен сегмент. (*Hundt 1998; Ritchie 1998; Simonsen 1998*) Исто така се зголемува сознанието дека постои мотивациона поврзаност меѓу здравјето и рекреативниот велосипедизам, кој исто така има влијание врз побарувачката за



велосипедизмот (и пешачење) вклучено во туристичкиот сектор. (*Lumsdon & Mitchell 1999; Owen 1998*) Еден краен заклучок се однесува на бариерите во велосипедскиот туризам, што влијае врз сваќањата на потенцијалните посетители и го крева нивото на побарувачката на било која дадена дестинација меѓу кои е универзалниот страв од сообраќај и неможноста за велосипедизам каде има искачување по ридови или сурова клима. (*Countryside Commission 1995*)

Постои и друга димензија. Природата на мотивацијата и користа што туристот ја има од даден туристички сообраќаен систем не се еднакви, секој од нив е хомоген. Тој е поделен на низа сегменти, секој од нив портретирајќи група од слични карактеристики или барања. На пример, постои разлика помеѓу потребите на повремените или случајните велосипедисти и велосипедистите-ентузијанти. Предходните ретко велосипедираат веројатно причините се поради лежерност или дружење, -ним им е потребно да се обезбеди велосипедизам без сообраќај. Другите се велосипедисти на кои што тоа им е животен стил, кои велосипедизмот го користат редовно и со сите намени. Тие велосипедираат на долги релации и преферираат „ подалеку од се „ дестинации. (*Ritchie 1998*) Овие пазарни потреби не секогаш се рефлектирани со снабдени олеснувања за велосипедистите.

Велосипедскиот туризам се опонува врз инвестирањето на јавниот сектор во дестинациите со цел да се развијат понудите за туристички сообраќај, што обично е дизајниран како повеќенаменски и повеќекорисен; како и други туристички места тој се публикува и продава од страна на бројни, јавни и приватни организации. (*Goodall 1988*)

За разлика од атракциите за посетителите кои се специфични за секое место, понудата за велосипедски туризам вклучува средби со локалното население, добавувачите во селата и градовите низ кои минуваат велосипедистите и обезбедувачите на сместување. И дека има бројни студии кои се однесуваат на влијанието на посетите врз населението, (*Gitelson 1998; Jurowski et al 1997; Pearce 1994; Smith & Rannich 1998*) малку внимание е дадено на социјалниот импакт на туристичкиот сообраќај како што е велосипедскиот туризам. (*Cope et al 1998*) Изненадувачки е колку зелени површини, велосипедски патеки и мрежи развиени во минатите декади сега достигнуваат висок степен на употреба. На пример, снабденоста со



повеќеенаменски рути во САД доведе до неопходна побарувачка за велосипедски туризам со популарни патеки, што пак носат меѓу 1 или 2 милиони корисници годишно, и покрај тоа што не сите од овие патувања се со туристичка цел . (*Rails to Trails Conservancy 1998*) Во мал контекст, неодамнешна студија за велосипедскиот туризам за данскиот остров Борнхолм сугерира дека постои шанса да има некои негативни, како и бенефитни социјални влијанија, но балансот меѓутие две не е јасен. Тоа е област која бара понатамошно истражување. (*Simonsen et al 1998*)

Во продолжение, кога патеките стануваат премногу употребувани, пости можност од негативни влијанија врз флората и фауната. Многу малце студии покажале на овој фактор и мислењето е дека влијанијата се минимални. Како и да е, повикано е на повеќе студии во оваа поле со цел да се информираат туристичките планери.

Инфраструктура за велосипедски туризам

Дизајнот на рутата за велосипедистите има тенденција да биде во форма на мрежа, на пример линкови и надвозници низ дестинацијата или регионот, или во форма на долги линеарни рути или кругови.

Студиите за велосипедскиот туризам го дефинираат овој клучен елемент, рутата, према физичката или карактеристиките на кои во транспортните студии обично се нарекуваат „ хардвер „. Како и да е, ова е премногу ограничено во однос на тоа што описот за велосипедскиот туризам ги нуди комплетните анализи би вклучиле преродни атрибути, социо-културни аспекти, градежната инфраструктура или тематски нагласок. (*Lew 1987, Murray & Graham 1997*)

Пример е **La Route verte** , направена во Квебек, 3400 км долга мрежа низ Квебек и со поврзувања со Нова Англија во САД. (*Pronovost & Joly 1998*) Во 1996 година, националниот истражувачки институт за урбанизам превзеде прелиминарна студија за потенцијалното туристичко влијание на La Route verte. Ја дефинира како мрежна патека од одвоени велосипедски петеки, кои поминуваат низ новосоздадени урбани средини и најразлични селски пејсажи. Рутата се состои од инфраструктура како што се стази, патеки, свиоци, падини, мостови, тунели и јазови, показатели и тулкувања, пикник области, фонтани, флора и фауна, места за опсервација и посети. (*Ryan 1993, Tripp & Higginbotham 1998*). Од корисниците се очекува да се вратат овие инвестиции.



Провајдерите од јавниот и приватниот сектор, често во партнерски однос гледаат мерка за успех во трошоците за посетителите, најчесто тоа се однесува на сместувањето, постојки за освежување и останати трошоци на други продажни места на патеката. Така проектираната побарувачка за **La Route verte** во однос на патувања за рекреативен и велосипедски туризам во почетокот на изградбата беше проценета на **2.7 милиони велосипедски патувања годишно**. (*Archambault et al 1997*)

Студијата процени исто така дека кога ќе биде завршена La Route verte ќе донесе заработка помеѓу 25.894.000 \$ и 31.267.000 \$, од кои приближно 10% ќе бидат нови посетители привлечени од она што им е на располагање. Задржувањето на постоечкиот домашен туризам се очекува да донесе дополнителни 13% .

Предходен извештај сугерира дека предвидените 25% од дополнителните велосипедисти пресметани во економијата на Квебек можат да бидат доделени на присуството на самата La Route verte , отколку да биде само сообраќајна мрежа. (*Coutre et al 1998*). Дизајнот на мрежа на рути е базиран на претпоставката дека трошковите на посетителот се важен дел од велосипедскиот туризам.

Другата главна форма на заработка од велосипедскиот туризам е линеарната рута со која обично најдобро се искористуваат географските карактеристики на дестинацијата. **На пример кружната патека на Северното Море, отворена во северна Европа во 2001 година**, комбинира крајбрежна патека кај со премин со брод помеѓу две земји кои се граничат со Северното Море. Другите рути се карактеризираат со стари долги патеки или пак речни патеки, како што е случајот со ***Donaudweg*** , (**велосипедска патека на реката Дунав**), 220 милји долга патека **од *Passau* до Виена во Австрија**. Првенствено беше наменета за велосипедисти како туристичка линеарна рута, но и за пешаци, долж бреговите на Дунав во 1983 година, па се приспособи на растечката побарувачка за велосипедирање од страна на туристичките авторитети во раните години на 1980. Главната инфраструктура е кружна патека по должината на Дунав, ова му овозможува на посетителот да минува низ предел кој се менува, што во случајот на велосипедскиот речник е опишан како „ **патувачки пејсаж** „, (*Grimshaw 1998*) Во **случајот на Дунав привлечна е приказната за реката**, нејзината природна местоположба, и нејзиното



наследство како транспортна артерија низ годините. Меѓу 1987 и 1991 година, бројот на велосипедските патувања забележани на годишно ниво пораснаа од 738.000 на 1.527.000 годишно, зголемувањ за 48% .

Во 1994 година беше покажано дека рутата помеѓу Passon и Виена донела 80.000 ноќевања годишно, пораст за 27.33% во десетгодишната историја на државната асоцијација на туристи. Неколку градови што се наоѓаат на рутата сега зависат од велосипедскиот туризам , ноќевањата на велосипедските туристи бројат меѓу 60% и 80% од сите престои. Така, Дунав особено во горна Австрија стана главна европска дестинација за велосипедски туризам ; се ослонува на велосипедскиот туризам и покрај тоа што употребата на бротчиња од страна на туристите, возови и туристички автобуси заедно со велосипедската рута е исто така важна.

Другата димензија на развојот, е изгледот на рутата или мрежата. Ова вклучува три димензии – создавање бренд, публицитет и тематска интерпретација. Во контекст на туристичкиот транспортен систем на ова може да се гледа како софтвер, кој вклучува процес на создавање имиџ, пораки и информации, кои заедно ќе ги привлекуваат и информираат потенцијалните и постоечките посетители, пред и за време на нивното туристичко искуство.

На пример, Euro Velo , кружната мрежа низ Европа ги вклучува **Wine** и **Gourmet**, атланскиот брег и рутите низ главните градови. На Euro Velo (Euro Velo 1999) рутите, пошироката јавност ја претставува целокупната замисла која се однесува на очекуваните или постоечките бенефити кои можат да ги имаат посетителите ако тие одберат да возат одредена рута , теми на кои се враќаат се природата, културата и добросостојбата. Како и да е на туристот исто така му е од голема важност да му се даде да избере рута, мапа и водичи. (Bloy 1999 - Cope 2000) Правени се малку истражувања околу развојот и дизајнот на рутите со цел да се задоволат потребите на корисникот , повеќето немоторизирани предности се водени од дизајнот. (Lumsdon 2001)



Туристичкиот сообраќај како атракција

Без разлика на растечките императиви на одржливиот развој нагласен во литературата, туристичките планери и агенции продолжуваат да инвестираат во моторизираниот сообраќај во туризмот, на пример зголемувањето на бројот на чартер патеките за одмор и зголемениот капацитетот на патишта на дестинациите. Како и да е, улогата што ја има особено пешачењето, но исто така и возењето на велосипед и другите форми на немоторизиран сообраќај, е во насока на зголемување на интер-модалитетот и квалитетот на дестинациите бара понатамошно испитување. Постои потреба да се еволуира поврзаноста на сообраќајните елементи и да се истражат факторите и процесите во системот кои водат до неприфатливи нивоа на крајноста, оние кои ја зголемуваат севкупната атрактивностна дестинацијата.

Концептот на сообраќајот како туристичка атракција, на пример, му овозможува на истражувачот да ја истражи интеграцијата помеѓу различните нивоа на туристичкиот систем. Првичните анализи на велосипедскиот туризам обезбедуваат основа на која ќе се истражуваат линковите меѓу сообраќајот како туристичко искуство и поширокиот сообраќаен систем. Анализите покажуваат дека искуството со сообраќајниот туризам може добро да го премостува системот на туристичките дестинации како што е дефинирано од *Leiper (1990)* и туристичкиот сообраќаен систем.

Ова покажува на голема разлика меѓу туристичкиот сообраќај и системот на туристичките атракции; последното истражување покажува дека посетителите ќе патуваат на кратки растојанија во одредено место, соодветно на принципите на моделот на сообраќајните трошоци. Спротивно од ова, туристичкиот сообраќај е дизајниран така да ги охрабри посетителите да прејдат област или региот (дестинација) како атракција. Од тука, целта е да се прошири побарувачката на посетителот и на патувањето да се гледа како добивка за самиот конзумент.

Другата важна разлика меѓу двата система е природата на мотивацијата кај посетителот и системот на сатисфакција кој произлегува од туристичкиот сообраќај. Велосипедскиот туризам бара степен на физичка активност и степен



на внатрешна сатисфакција во посетата на дестинацијата е предмет на уживање во овој случај.

Посетители но овие делови од инфраструктурата се често дизајнирани да ги задоволат потребите за сообраќај на локалните жители исто. Во просторни димензии неподвижните атракции за посетителите не им служат на жителските заедници на сличен начин.

Второ, самата природата за патување е многу важна. Додека немоторизираниите форми на сообраќај се карактеризирани како кратки патувања ова не е непотребно во случајот со поврзаноста на туристичкиот сообраќај. Од друга страна, курсевите или мрежите се често скапи или далечни. Нс пример, Velo Verthe (Вело Верт) мрежата во Канада опфаќа 3.400 километри, а Euro Velo (Еуро Вело) во Европа ќе понуди кога ќе биде завршен 61,709 километри на велосипедски патишка низ Европа, најмногу во националните патеки во Америка, кои се дизајнирани со приоритетна цел за туризам и рекреативна употреба, секоја нуди помеѓу 1.600 и 4.800 километри на долготрајна линеарна рекреативна тура (Elkington 1997).

Туристите, велосипедисти назначуваат дека заштитените дистанците се квалитетни од утилитарни патувања (Cope 2003). Richardson (1999), на пример индуцира дека велосипедистите на долг одмор користејќи Veloland Schweiz мрежа во Швајцарија патуваат просечна далечина од 303 километри на патување во споредба со тие на кратки паузи кои возат 232 километри на патување. Дневни излетници патуваат користејќи Veloland Schweiz, Швајцарската национална велосипедистична мрежа, возат во просечна далечина од 42 километри. Ова представува голема разлика помеѓу туристичкиот сообраќај и туристичкиот атракционен систем; неодамна се претпоставува дека посетителите ќе патуваат на пократки далечини во детална страна во линија со принципите на вредноста на патување. Во нијанса, туристичкиот сообраќај е креиран да ги охрабри посетителите да бараат просторно, иако во линеарни баз, и да го земат во обзир патувањето како потрошувачка бенифиција.

Уште една важна карактеристика помеѓу двата система е природата на мотивацијата на посетителот и степен на задоволство кое е извлечен од елемент на туристичкиот сообраќај. Велосипедскиот туризам бара степен на психична активност и степен на внатрешно задоволство во посетување на



дестинација и уживање на одреден начин. Големината која велосипедскиот туризам ја носи е скоро нова можност на “креативна безделништво” (Leiper 1990b 372) но сеуште не е истражуван во поглед на литературата. Концептот на изобилство како развиен од Csikzentmihalyi & Csikzentmihalyi (1988) и дискусирано со концептот на туризам од Ryan (1995) може да биде корисна алака во анализите на развивање на оваа линија од истрага на истражување. Концептот ќе ја мери големината на различни типови на велосипедски туристи да станат впиени во процесот т.е. со заборување на себеси и развивање на чувства на слобода од велосипедско искуство. Би било еднакво корисен додаток да се истражува во други форми на немоторизиран туристички сообраќај. сообраќајот како туризам гарантира истрага како дел од туристичкиот атракциски систем, и двете во дестинациски регион и ниво на одморалиште, но и однос со умот каде исто е дел од вкупен сообраќаен систем.

Заклучок

Во случајот на немоторизирани форми на сообраќај, таму секогаш постои интерес за пазарен сообраќај како туризам од деновите на низ раните декади на 20-тиот век.

Сведоштво на богата иконографија на автобуските и желеничките компании, во тоа време, бившо верноста на пешачење и велосипедизам.

Давајќи го порастот на туризмот, големината која велосипедскиот туризам, пешачење и превоз на патници на површината може да биде интегриран во процесот на одржлив туристички развој кој е слично да постане еден од фундаменталните предизвици на 21-виот век. Ова ќе ја прошири мултидисциплинарната агенда на анализите на временско растојание за немоторизирани стилови и зголемени побарувања за слободни места на колите во градовите. (Inayatullah 2003). Таму има исто пораст на интерес кој што се случува кога посетителите паузираат од нивното патување, и како го потрошуваат своето време и ресурсите-профит на располагање кога посетуваат дестинација (Download & Lumsdon 2000). Можеби, таму исто постои потреба за дополнително истражување и анализа на дестинација отколку на специфично ниво на курс, вредноста на немоторизираниот сообраќај во редослед да ја воспостави својата позиција во туристичкиот сектор. Тоа е зона



која заслужува далеку повеќе внимание во туризмот и истражување на сообраќајот отколку моментално овозможеното.

Користена Литература

1. Арчамбаулт. М. Гуриере, Н & Жоли, П. (1997) *Les retmbees de la Rounte Verte*, Монтреал, Универзитет на Квебек во Монтреал.
2. Барвел I. (1996) *Транпосрт и села: Пронајдоци од Афричко село и транспорт преглед и поврзани студии*. Светска Банка книга 333, Вашингтон, ДС: Светска Банка
3. Бечен, С., Синиш, Д.Г.. & Фрамpton. Ц. (2003). *Енергија користена и поврзано со различни патувачки избори*. Менаџмент во Туризмот. 24,67-77.
4. Блој, Д (1999) *Велосипедски кружен преглед, привремени пронајдови (2^{ра}) Слободни Индустрин и Центар за истражување, Шифилд Халам Универзитет*.
5. Коп, А. (2000) *Надгледување на велосипедскиот туризам на C2C велосипедска тура за време на 1999*. Универзитет во Сандерланд. Коп, А.М, Доксфорд, Д ., &
6. Хил, А.И. (1998)*Надгледување во туризмот во Велика Британија – првата долга – тура на растојание*. Весник на туризмот. 6(3) . 210-223
7. Контисајд Комисија (1995) . *на пазарот за рекреативен велосипедизам*. Челтенхам Контисајд Комисија
8. Занае, Д Жоликоуер , М., & Проносои , ЈФ (1998) *Велосипедизам во Квебек во 1995 и 1996* (Vol. 1.pp 25-27). Министерство за транспорт, Влада во Квебек.
9. Цшикзенземахалви, М.. & Цшикзенмихалви, И.С (1988). *Оптимално искуство*. Њујорк универзитетот Кембриџ прес.
10. Кулиане, С. (1997), *Управување со паркот во Националните паркови*. Прегледи на транспорт 17(3) 267-279
11. Долнодвориште, Р.М & Лумсдон. Л. (2000). *Побарувачката за дневни посети, и анализи на посетителите*. Економија на туризмот . 6(3) ,251-261
12. Елкингтон, С (1997) ,*ЦРМ и националните патеки, систем*. Консервација и Рекациски Менаџмент, 1,3-5
13. ЕуроВело (1999) *Маркет на велосипедски туризам*. Брусел. ЕуроВело



14. Фелдт А. Гз (1996) Индекс на општествените благосостојба, Индикатори на урбан квалитет, 1(3), 8-20. Напред, С, (2000) Одејки на почетокот на 21 век, мотивација. Прошетка 213 борејки, одејки напред во 21 век. Лондон, Фебруари 21-22.
15. Фроитзхем, Т. (1995) Радвандерн и Виртшафтскиор бремен АДФЦ.
16. Гарднер, Г (1998) Утврдување на факторите на бенефиција на туризмот: Случај на студија во мала селска Пенсилвански заедница. Анализи на туризмот 3. 209-214
17. Гудал. Б, (1998) Како туристите ги избираат нивните одмори, аналитична рамка, Во Б.Гудвин. П. Халет. С.Кени, & Г Стоукс (Едс) (1991) , Транспорт – Новиот реализам. Оксфорд: Единица на транспост студии.
18. Гримшау, Ј. (1998) Цитат едитиран во: М.Ј. Вудс (ЕД) . А Задача на Стратегиска околина на Националната велосипедска мрежа (п.28) Чедар Хаувард , Ј А (1998) _____, _____ во HPB Thesen zu emen Maarkenkonzzept fur Nordrhein – Westfalen, Qualitätssoffensive fur den fahrraadousmus in Nordrhein Westfalen (p.29) . Dusseldorf: Allgemeiner Deutscher Faahrraad Клуб
19. Инауталах, С (2003) Алтернативни фигури на траснпорт Форесигхт, 5 (1), 34-43 Јуровски, С . Уисал, М..&Вилиамс, Д.Р. (1997), Теориски анализи на заедница на постојани реакции за туризмот, Весник на Истражување на туризмот. Анализи на истражување на туризмот. 14,533-575 Дистриктен Национален Парк, Планирање преглед на транспортот, 71(3), 379-389
20. Лумдсон, Л (2001а). Транпосрт и туризам: Соодветен модел на туристички развој. Весник на Соодветен туризам , 8(4) , 1-7.
21. Лумсдон, Л. (2001б). Велосипедски туризам во: Л.Робертс & Д.Хал (ЕДС), Рурален туризам и рекреација 1 (пп.173-174) Валингфорд: КАБИ.
22. Лумсдон, Л..&Свит, Ј.С. (2001) Латински Американски туризам Њујорк : Континиум.
23. Лумдсон, Л..М (1997), Рекреациски велосипедски: Ова ли е начинот да ги мотивираме интересите на секоедневниот поглед? Во Р.Тоули (ЕД), Позеленувањето на урбаниот транспорт Чинистер Вили.
24. Лумдсон Л.М(1999) ЕуроВело до маркетот за велосипедски туризам Брусел Еуровело.



25. Лумдсон Л.М. & Мичел, Ј, (1999) Туризам на пешачење и транспорт. Дали ја имаме препишано правата рецепта? Интернационална промоција на здравјето, 14(3) , 271-279.
26. Лумдсон Л.М.&Смит>М.В. (1997). Развивање на потенцијалниот рекреациски велосипедизам во Пиак националниот парк. Вело град (1997) постапки, Барселона, Семптеври, 15-49, пп, 511-514,
27. Лумдсон Л.М & Тулеи, Р.С. (1999) Техники за планирање на локалните мрежи, развивање на стратегија за пешање. Светска полиза за транспорт и пракса, 5(1), 38-49.
28. Мурей, М., & Грахам, Б (1997). Истражувајќи ги дијалектите на патот, - основен туризам : Патот на Сантиаго, Менаџмент на туризмот, 18 (8), 513-524.
29. Оперман, М. (1997) , Предвидувајќи ги изборите на дестинациите – Дискусија за лојалноста на дестациите, Весник на маркетингот за одмор, 5(1), 51-65.
30. Ортузар . Ј д е Д . Иакобели, А. & Валиезе, Ц (2000) Проценување на побарувачката за велосипедизмот. Истражување на транспортот Дел А, 34, 353-373.
31. Овен, Х (1998) Визии на идницата: Велосипедизам и здравје во нациите. Концеренција на извештаи Вело Бореалис, Интернационална Велосипедска конференција, Тронхеим, Јуни 23-26 Пеарсе, П.Л. (1994) . Турист – резидент влијанија: Примери, Објасненија, Решенија. Во: В. Тхеоболд (ЕД.) Глобален туризам: Наредната десада (пп.103-123) , Бутерворт – Хеиман.
32. Проновост, Ј-Ф., & Јоли, П (1998) , Економија на Национална Велосипед Тура La Route Verte Во: Pro Bike Pro, 98 Креирање велосипедска пријателска и лесен за пешање заедница: Зграда за следните генерации, Санта Барбара, Семптември 8-11. Пп 249-253.
33. Шини до Траги Конзервација (1998) , РТЦ Бела книга извештај : Локален економски бенефиции од шини-траги Вашингтон.
34. Ричардсон (1999) . Во 1998 преглед на Велоземја Националната велосипедска мрежа Велоземја, Швајцарија, Берн.



35. Ричи, Б.В. (1998) Велосипедски туризам во Јужниот остров на Нов Зеланд, планирање и менаџмент проблеми, Менаџмент на туризмот 19(6), 567-582.
36. Рајан, Ц (1995), Истражување на задоволството на туризмот, Лондон Роитледг.



ТЕМА. БР. 12. Сообраќај во туризмот - иницијатива зелен клуч

Вовед

Не само што сообраќајот е неопходен услов за туризмот да постои, тој често претставува клучен дел од туристичката дестинација. Меѓутоа, додека овој есенцијален елемент обезбедува сообраќајна инфраструктура и оперативни услуги, кои го олеснуваат развојот на туризмот, него ќе лежи дилема. Има фина рамнотежа меѓу зголемување на пристапот и погодност за посетителот и степенот на атрактивноста на дестинацијата на долг рок. Ова е особено случај со руралните туристички дестинации каде сценски квалитет и мир на тивко место, често е клучна мотивација за патување. Во овој контекст, предизвикот за туризам и сообраќајот е навидум јасен. Постои потреба да се стимулира туризмот без да генерира други видови превоз кои имаат носечко влијанието врз животната средина. Во некои случаи, дискусијата може да се однесуваат првенствено на воздушно или морско патување, но во најголем дел, тоа е моторот, која претставува најголем предизвик за место, во 21-от век. Сепак, ја планирате издржливоста на сообраќајот до дестинација која не е секогаш универзален поздравуван пристап во развојот на туризмот. Еден од главните точки на одржлив туризам се однесува на потребата да се земе предвид мислењето на заинтересираните страни во заедницата, како и мислењето на посетителите. Студија на случајно презентирани во ова поглавје се фокусира на никој последниот обид да не го направи, тоа евалуира од неколку клучни прашања кои произлегуваат од обидот да го помагаат. Мометално сообраќајот во туризмот е нерамнотежен во "Snowdonia Национален парк" кои се наоѓа во северниот дел на Велс.

Доминацијата на автомобилот

Во Северна Америка и повеќето европски земји на автомобилот останува голем дел од сообраќајот во туризмот. Сепак, има зголемено признавање на влијанија поврзани со автомобил-базирани на туризмот на пример, емисиите на јаглерод диоксид, другите загадувачи, бучавата, метеж и нелегалното паркирање што го намали квалитетот на посетителот врз животната средина (Whitelegg 1993). Додека поголемиот дел од расправата се фокусираше на подобрување на урбаните централни зони и особено историски четвртини (види за пример поглавјето од Orbasli & Шо) постои зголемување кој ќе расправа за проблемите поврзани со туристичкиот сообраќај во руралните



дестинација. Во контекст на области на природни убавини, како што се националните паркови во Велика Британија, дискусијата за кои мерки се повеќе соодветни и ефективни е добро сниман (холдинг & Kreutner 1998). Во главната, одговорот е да се зголеми нивото на јавното сообраќајно обезбедување како алтернатива на автомобилот. Овие мерки уживаа само умерена успешен во Велика Британија делумно поради недостигот на инвестиции, а во некои, бидејќи тие биле несоодветни на пазарот.

Од друга страна, употребата на управување со сообраќајните шеми за да се ограничи сообраќајот од страна на цените, регулаторни или физички средства се помалку застапени (Cullinane 1997). Додека на законодавната рамка во Обединетото Кралство овозможува сообраќајно намалување, имаше неколку примери на националните паркови избирање на оваа опција. Ова е и покрај наодите од истражувањата кои покажуваат дека повеќето посетители ќе биде подготвен да прифати рурални патишта, на пример, во однос на паркот и возење по шеми во националните паркови (Hargis 1996 година; Штајнер & Bristow 1999)

Така, во Велика Британија, се тврдеше дека тешкотии во привлекувањето на автомобил-сноси посетителите да користат и други начини на сообраќај е речиси непробоен со оглед на нивото на оние кои се зависни од автомобили (RAC 1995). Како резултат на тоа, неколку сообраќајни студии испитуваат степенот до кој сегашните ставови и однесувањето ,може да бидат изменети моделите. Наодите укажуваат на тоа дека различни сегменти на пазарот може да биде убедена да се префрлат на моделите ако прифатливи алтернативи се предвидени (Кертис & Headicar 1997). Тие се јасно применливи за сообраќајниот туризам, особено ако сообраќајниот елемент, додава вредност на целокупното туристичко искуство.

Можеби за поголема важност е незаинтересираноста на туризмот снабдување сектор за поддршка на промени. Многу неодамнешните студии на случајот донесе отпор од страна на некои учесници за да ја променат тековната шема на патување на дестинации и покрај притискање на природата на проблемите поврзани со сместување на повеќе автомобили при патување. Во некои случаи, опозицијата да иновира сообраќајни шеми доаѓаат од резидент или посетители (како на пример надворешен определба групи), но во многу случаи, тоа е бизнис-секторот, кој е во првите редови и се



спротивставува на секое намалување на автомобил смета дека таа активност ќе биде штетен за трговија (Dilley 1993 година; Итон & холдинг 1996).

Велс не е исклучок од ова општо правило. Тоа беше сведок на одржлив пораст на посетување со автомобил во последните неколку децении и со оглед на нејзината суштински рурални карактеристики има големи проблеми да се обрати во врска со иднината сообраќајна одредба. Така, над 90% од Велс за домашен празник посетители пристигнале со автомобил (Велс Туристички одбор 2000). На проблемите поврзани со ова ниво на автомобил сега за туризмот се јасно препознатливи.

Скалата на туристички притисок и особено нејзината географска концентрација претставува сериозна закана за структурата на историјата на градовите, слободното време објектите и селата треба да привлечат посетители во најголем број. Посебно во овие области треба да се конзервира, поголемо охрабрување мора да биде дадено за обезбедување на алтернативни начини на превоз. Иновативни размислување за начините да се зголеми пристапот во покраините, сојузничките каде што е потребно управување на не-суштинско значење на сообраќај е потребно.

Клучни прашања

Во овој контекст организациите кои им се доверени со развојот на туризмот се ре-процени пристапи кон обезбедување на сообраќаен туризам. Генералната политика на раководство е да го поттикне одржливиот сообраќаен туризам и иницијативи кои бараат олеснување на актуелните проблеми, кои инаку се влошуваат.

За пример. *Постигнување на нашиот потенцијал - туристичка стратегија за Велс го признава тоа.*

Прашањето за сообраќајот и влијанието врз животната средина, а особено со големата густина на употреба на приватни автомобили, ќе расте во важност. Затоа ќе биде потребно, да се идентификуваат можности за промовирање на прифатливи сообраќајни алтернативи за посетителите на Велс преку обезбедување на поголем избор и информации за посетителот. (Велс туристички одбор 199:58)

Овој документ се однесува на развојот на одржлив сообраќаен туризам за иницијатива во Snowdonia Националниот парк и посебно обрнува внимание на начинот на кој учеството на заедницата може да се вреднуваат. Поглавјето



смета на прашања кои можат да настанат во управувањето со мулти-агенцијата за проекти, каде што интересите на заинтересираните страни не секогаш се поклопува и се заклучува со оглед на лекциите што произлегуваат од Snowdonia Иницијативата Зелен Клуч за идните планови за намалување на автомобилите, која зависи од посетителите на ранливите области .

Од сите три национални паркови во Велс, Snowdonia Националниот парк е еден од најпрометните. Се одликува со голем број на планини скратени со пошироки долини и тесни патеки. Оваа даде начин да низ падините има тесен крајбрежен појас. Паркот има разновидност на пејзажи , дивина и живеалишта кои имаат силен апел до посетителите. Оваа ретко населена област се состои од главно изолирани земјоделски заедници со најмногу жителите кои живеат во стариот распоред, рударски заедници или крајбрежните градови како што се Bangor и Caernarvon. Една претпоставка е дека 6,6 милиони посетители годишно во паркот, и секоја година околу 92% од овие посетители доаѓаат со автомобил (Coalter на Ал 1996). А големото прашање, што беше разговарано во последниве години, беше пласиран меѓу влијанието врз животната средина на автомобилот, посебно за дневните посетители, во врска со економската добивка и расходите по посетител во локацијата. На пример, во 1994 година за сите Паркови анкета во Snowdonia посочи дека над 10% од посетителите со автомобили не трошат пари во паркот за време на нивната посета (Центар за Слободен време и JMP консултанти ООД 1995). Исто така се загрижени дека придобивките не се шират рамномерно низ заедници кои се наоѓаат во Паркот;

И покрај 500.000 луѓе кои ќе стигнат до врвот на Snowdon секоја година, одредени заедници во рамките на сенката на планината се сега на некои од најпознатите економски лишени делови на Велс. БДП по глава на жител во делови од Северна Snowdonia е скоро 30% подолу од Велика Британија и ЕУ, во просек.

Прогнози за побарувачката укажуваат на тоа дека протокот на сообраќај ќе се зголеми меѓу 15 и 20% во текот на следните 20 години и дека ова ќе има сериозен ефект на двете природни атракција на паркот, но, исто така, ќе го зголеми влијанието, на недозволениот паркинг, застојот на "мед котел " локации, бучава и дополнителни загадувања . Во овој контекст вниманието се фокусираше на тоа како автомобилскиот туризам може да се води за да се



минимизира еколошка штета и да се зголемат општествените и економските влијанија?

Како одговор на ова прашање конзорциумот на законските агенции, локалните власти и другите тела предложија пионерска и иновативна шема насочена кон постигнување на одржлив развој на руралните области, сакајќи да менаџираат со автомобилскиот туризам, шема која беше насочена на Snowdonia Иницијативата за Зелен Клуч (GKI) . Нејзината цел е да стимулира нови бизнис можности и туризам, заедно со подобро управување со животната средина, преку развивање на мрежа на ефикасни, флексибилни и интегрирани сообраќајни алтернативи на автомобилот за патување во Северна Snowdonia. Поголемиот дел од истражувањето и стратешката рамка која претставува основа на оваа иницијатива беше предмет на детална анализа во извештајот објавен во 1988 година, позната како на Snowdonia проучување. Важно е да се напомене, во овој контекст, дека GKI е првенствено за одржлив развој и не е едноставна шема за намалување на ексцесите на сообраќајот во чувствителните области во рамките на Snowdonia Националниот парк. Во однос на ова, а и северниот Snowdonia проучување опиша визија која ја инспирира Иницијативата Зелен клуч.(GKI)

Нашата визија за иднината на Северна Snowdonia е од областа на високо пејзажна вредност каде туризмот прави голем придонес во економската, социјалната и културната благосостојба на домашните заедници, без ставање во опасност многу ресурси и средства врз основа на која нејзината жалба е основата. На кратко, ние тоа го гледаат како област која ги има прифатено принципите на одржлив развој, да ги гледаат како помагала наместо бариери за напредок.

Основните елементи идентификувани во Северна Snowdonia стратегијата, меѓутоа наведени првенствено на начинот на кој превозот може да биде менаџиран со цел за подобрување на целокупното искуство во туризмот. Таа ја прифати претпоставката дека камен-темелник на одржлив развој е зависен од намалувањето на автомобилите. Така, стратегијата е напредна во поглед на пет главни области, кои ќе се обидат да се намали сообраќајот, а во исто време да се подобри економската структура во областа на туризмот.



Тие се:

- 1. Креирај зона на контролиран паркинг со руралните clearways на главниот автопат. Оваа строго ќе го ограничи линеарниот паркинг на патот во целата област;**
- 2. Планирана автобус мрежа која е интегрирана со железнички врски и одење и возење на велосипед можности со цел да се поттикне модален прекинувач;**
- 3. Развиваат неколку паркови и возење "портали" и јавниот сообраќај "портали", каде размената е добредојдена. На порталите ќе нудат подобрени средства и можности за да се поттикне трошењето на посетителите;**
- 4. Воведување на "позитивна паркинг" шема за управување со паркинг е поефикасно обезбедување. Таму ќе биде јасно потпишани официјалните паркинзи кои се интегрирани со јавниот превоз мрежа. Тоа беше предвидено дека шемата може да се продава во пакет;**
- 5. Подобрување на промотивните активности со "задоволува Snowdonia", која ќе вклучува еден долг паркинг престој и сите-системски автобуски билет на посетител (и) на неограничено патување.**

Студија тимот призна дека ,додека многу од технички аспекти на стратегијата биле испробани и тестирани на друго место, како комбинација на иницијативи во рамките на туризам зоната во националниот парк, ќе се смета радикални во контекст на Велика Британија слични шеми во континентална Европа и во Северна Америка биле имплементирани со одреден степен на успех, но за развој на оваа скала не биле предвидени во некоја од националните паркови на Англија и Велс. Консултантите, исто така, посочиле дека ќе биде мешана реакцијата од различни делови на заедницата на стратегијата во зависност од фактори како што се близина до шемата, вклучување во туризмот. Затоа беше очекувано дека воведувањето ќе биде постепено и во фази; тоа ќе биде долгорочен процес на спроведување. Во извештајот исто така се предвидени деталите за тоа како туристички ориентирани бизниси би можеле да добијат од процесот и голем број на индикативни одржливи туризам проекти, кои може да се развиваат паралелно со главната рамка. со цел да се провери нивото на економско влијание проценето во оваа прва студија, конзорциумот на ангажирани консултантски



беа задолжени повторно да ги оценувате предлози. Newidien (2000) прописно, Азербејџан придобивките најверојатно да се таложи од одржливиот туризам стратегија која се обрати на управување на автомобилот за патување низ просторот.

Основните елементи на овие две студии биле основа на која Иницијативата Зелен Клуч е подготвена за вториот бран на јавни консултации. Главната цел на GKI е да останат изгледите на одржлив рурален развој;

Тоа е за да се обезбеди дека туризмот помага да се одржи просперитетни локални заедници и економии без да се загрози областа на животната средина и уникатни и културни карактеристики. Таквата цел ќе се постигне ако економскиот и особено идниот развој на туризмот е поврзан со управување на животната средина.

Клучните елементи се наведени во документи од дискусија, објаснување на следниве пет приоди:

- 1. Да се развијат нови туристички објекти од висок квалитет во серија на внатрешната порта градови, имено Llanberis, Бетесда, Llanrwst, Betws-Y-девојка и Porthmadog. Покрај тоа, подобрени услуги ќе бидат обезбедени на заедницата како Capel Curig, Beddgelert, Rhyd DDU и Waunfawr.**
- 2. Повторно да се обнови и да се прошири автобускиот систем кои ги поврзува атракциите и областите на планинско пешачење во поголемите градови.**
- 3. Да се воспостави подобар јавна размена во сообраќајот во надворешниот портал центар како Bangor и Caernarfon, како и оние во внатрешните портал градови во исто време како и другите објекти кои се напредни.**
- 4. Развивање стратешки циклус на мрежа кои ги поврзува населените места и сообраќајната размена за атракции.**
- 5. Реорганизирање во прогресивниот начин на постоечките паркинг во јадрото планинските области на Паркот и портали во согласност со сезонски вариации и потребите на тип на посетители.**

Иницијативата беше предмет на повеќе долгите истражувања на пошироката јавност во август 2001. А деталниот предлог беше достапна на интернет и во брошура на една книжна форма и јавна локација во областа. Тоа беше наскоро да се евоцираат и поларизираат кое е видно многу пати. Поборниците на тоа



гледа како храбра и имажинативна шема која ќе биде од корист на посетителите, домашните заедницата и животната средина. Неколку локални бизниси корисни групи, од друга страна, биле екстремно загрижени за предлози, верувајќи дека тие строго ќе ја ограничат слободата на посетители и дека тие би биле штетни отколку подобра економската благосостојба на просторот.

Соочени со монтажната опозиција, промотерите на телото Сноудонија Зелен Клуч Иницијатива ,одлучија дека планот ќе треба фундаментално да се ревидира.

Затоа, бил овластен трет извештај од РПС планирање, сообраќај и животна средина во јануари 2002 година, во кој се предвидени критичките оценувања на претходната студија. The РПС извештајот препорачува задржување на ГКИ но не и во својата постоечката форма. РПС исто така се согласија во поглед на претходните студии дека развојот на одржлив туризам може да направи значителен придонес во локалната економија. Како и да е, ревидираната стратегија во РПС извештајот ефикасно ги демонтираа клучните елементи на GKI. Наместо тоа се препорачуваат сет на мерки, кои:

а) исклучува парк и возење

б) се залага за задржување на постојните паркинг со подобрена уредување

в) сугестиите со кои се зголемува безбедноста на паркинзите можат да бидат соодветни, особено во некои градови и во близина на проектот за популарните пешетки

г) препорачува на подмладување на еден посветен но ограничен, Шерпа, бус сервис наместо поширокиот систем на интеграција предвидени претходно

д) сугестии за подобрување на патот за пешачење и возење, која е единствена димензија на ГКИ, кои се чини дека ужива универзална одобрување од страна на консултантите и противници на шемата.

Во извештајот, всушност, се залага за собирање на пристапи фаворизирана од страна на мала група на лобистите кои имаат комбинирани сили за да го видат пресвртот од предлозите дадени во Snowdonia зелено Клучни Initiative. Што лекции може да се научат од овој преглед на пристап кон датумот?



На зелени snowdonia клучните иницијатива до денес се вклучени најмалку три студии од независни консултанти. Овие се корисни во трасирање на историјата на иницијативата. Тие, исто така, обезбедуваат вредни увиди на техники кои се користат за утврдување на viwes на главните чинители во почетните истражувачки фаза, а потоа да се консултираат членовите на заедницата за нацрт-стратегија предложена од зелен клуч партнерство. Крајниот дел од хартија се однесува на овие пристапи кон учество, а особено во однос на ефикасноста на фокус групи во контекст на овој тип на студии.

ИНДИКАТИВНИ НАОДИ

Литературата укажува на тоа дека жителите на заедниците, кои привлекуваат посетители имаат широк спектар на мислења за развојот на настаните во нивната област (Mason и Cheyne 2000), на студии reporte на, во овој случај се користи на различни техники да elicit чинители мислења. Тие се вклучени фокус групи, јавни средби и лице в лице интервјуа со клучните лица. На сите приоди, фокус групата техника е можеби најмногу го користи квалитативните истражувачки техники и се користат во Northem Snowdonia студија и во следните RPS студија. Во туризмот студии како што се овие ова е соодветна техника да се користат како што вклучува отворена дискусија и размислување за прашања од заеднички интерес (Гос 1996). На придобивките кои се поврзани со фокус групата пристап се добро документирани во литературата (Фреј & Фонтана 1993 година; Kreuger 1988) Овие вклучуваат потенцијал да поттикне споделување на увид, на стимулација на дискусија која води кон консензус или било јасно дефинирани несогласување и генерација на знаењето на учесниците со детални искуство на туризам области и нејзините одредени проблеми. Така, истражувачи во Северна Snowdonia студија согледаа дека фокус групата ќе помогне да се изгради повеќе точна слика на социјалната стварност на локалното население, а не како серија на индивидуални интервјуа или емпириско истражување на примерок од жител на населението.

Според студијата тимови привремениот извештај, целта на фокус групата на програмата е како што следува:

Основната цел на овие состаноци беше да ги информира и советува студија процес со eliciting гледишта на лицата кои живеат или работат во рамките на студија област или имаат некои други интерес во студијата, на тој начин дополнување други форми на собирање на информации. Тие уште се



надеваа дека на средбите ќе помогне да се создаде поголема свест за прашањата кои се разгледуваа во рамките на студијата, во комбинација со чувство на сопственост на заклучоци и препораки кои можат да произлезат од неа. Тоа не било јавен состанок во смисла кои биле консултации за конкретни препораки.

(Северна Snowdonia проучување, Извештај за локална Форум Собири, 1998)

Тоа е добро познато дека изборот на focusе панелот е клучот за успехот секако во смисла на квалитет на материјалот се собраа за време на процесот. Во овој случај, групите беа избрани со значителна заштита. Целта беше да се поттикнат со широк спектар на организации, вклучувајќи ги заедницата совети, заедница доброволно и трговец интереси. Состанок се одржа во шест заедница: Beddgeiert, Capel Curig, Betws-Y-девојка, Бетесда, Llanberis и Waunfawr. Овие беа избрани затоа што тие страдаат од сообраќај поврзани impacts. Извештај беше даден на 80 учесници, пред секој состанок, така што тие би можеле да сметаат на проблеми и потенцијални решенија. Учесниците беа охрабрени да ги искажат своите ставови во јазикот на нивниот избор и со минимални intervention од страна на модераторот. Во дискусијата на секој состанок беше снимен и записници анализирани во догледно време.

Модераторот сними различието на мненијата, но чувствуваат дека тоа е можно да се категоризира. Мислењата изразени во три групи-на отфрлив, непоколеблив и отворен ум. За отфрлање биле мал број, оние кои се противеле на идејата за развој на нови паркови и возни шеми првенствено затоа што ја ограничуваат слободата, како што се гледа во погледот на еден испитаник;

Морате да бидете внимателни да не ги казнат посетителите. Туризмот ќе биде

голем фактор во иднината. Луѓето сакаат да избегаат од градовите да се направи

како што е побарано и тие се многу неподготвени да бидат организирани. На некој начин се чувствуваат заплашени и решаваат дека Сноудонија не е место кое што сакаат да го посетат.

Во втората група се вклучени речиси половина од учесниците во групите. Ценејќи ја потребата на посетителите за управување, почувствуваа дека паркот и возењето или ограничување на автомобилскиот пристап нема да доведе до трансфер од автомобили на други форми на сообраќај така



возачите ќе се колебат дали да се префрлат на она што беше во реалноста помалку погодно или да бараат алтернатива. Исто така, оваа група се чинеше дека таква шема ќе биде скапа за локалните заедници. Чувството беше изразена како што следува:

Луѓето ќе сакаат да се префрлат до поодалечена област. Автобускиот сервис нема да го реши проблемот. Неможеш да ги натераш луѓето да ги остават своите

коли за да користат автобус, знаејќи дека назад ќе треба да се вратат точно во

3:30 часот за да го фатат автобусот. Тоа е убава замисла но неможеш да ги принудиш луѓето да го прават тоа.

Третата група беше помала, но препозна дека треба нешто да биде направено за да се подобри сообраќајот во Сноудонија, во спотивно работите ќе се влошуваат. Тие беа на мислење дека паркинзите и возењето или нешто слично треба да биде атрактивно за луѓето, за посетителите :

Мора да се случи нешто, да биде направено нешто, не смее да биде направено на начин да се одвратат луѓето. Ако требаш да чекаш со часови за да најдеш паркинг, или да стоиш на дожд додека дојде автобус а потоа истиот да биде со расипани прозорци и со гуми за цвакање на седиштата, тогаш нема никогаш тоа да профункционира.

Бројни важни предлози и теми беа искажани од групите. Најпрво, учесниците не почувствуваа дека имаше проблем од распространетиот метеж. Тие сметаат дека прашањето на сообраќајна метеж преовладува само во однос на бројот на локалитетите и за време на шпицот на гужвата. Сепак недискриминирачко паркинг беше прифатено како голем проблем.

Комбинираните решенија на оклопни заедници и паркинг и возење добија одреден степен на поддршка, но ова беше обоен со скептицизам за своите изгледи за успех и нивото на јавно финансирање што би можело да биде потребно. Овој пристап беше надополнет од страна на други форми на повратни информации, вклучувајќи покана за организации и поединци за да се одговори на прашања извештај што широко циркулираше преку заеднички објекти и локалните медиуми. Ова изнуди 31 писмени одговори, 21 од



поединци и 10 од организации. Покрај тоа, лице в лице интервјуа беа спроведени со локалните власти и широк спектар на чинители организации. Ограничувањата на методот се дискутира. Студијата RPS тим се зафати со слични вежба во 2002 година со јавни состаноци се одржа во многу места следени од целните групи.

Овие беа зголемени од дискусија, со активност на кориснички групи и трговци базирана на организации како што се,, слобода Изберете,, и,, Snowdonia Активни,,. Извлечените заклучоци од овие групни дискусии беа многу поинакви. Учесниците се спротивставија на GKI врз основа на паркот и возење и предлозите за рурални начини првенствено. И други елементи како целокупната околина и економски цели уживаа општа поддршка. Целата насока на консултации се промени во обем, содржина и насока. Вреди во оваа фаза на анализата да размислуваат зошто ова може да биде случај.

Една прва опсервација е дека реакцијата против стратегијата беше очекувана како што се дадени под притисок се применуваат од голем број на групи. Она што е интересно е дека во Сноудонија имало пресврт на улогите на чинители идентификувани. Раните студии за туризам објавија дека жителите се грижат за институциите наметнувајќи , платформа за застапување на туризам,,.

Во оваа смисла паркинг и сообраќајниот метеж често се наведуваат како клучни проблеми во студиите на жители во националните паркови. На пример, во една студија на Bakewell во Врвот Окружниот Национален парк жителите беа поддршка на туризмот во основа. Но како и да е сообраќајниот метеж беше потенциран како една од двата главни негативни фактори. Во овој случај кориснички групи и трговците , го тврдат спротивното-дека треба да има поголем пристап за автомобилските посетители.

Има само четири главни патишта во оваа шема и сите патишта и речиси сите нивни должности се јасен начин во безбедносната пракса. Одредба за туристичка е минимално многу за тоа во форма на намалување на добиени од патот подобрувања не се планирани во одговор на туризмот. За конфискување на овој пристап е да ни се одземе и она малку што останува. Решението на задната политика е отварање на нови целни области.

Во овој случај од оваа позиција можат да бидат објаснети повеќе околности. Ова следи на посно пати за туризам по влијанието на ногата и



устата криза. Во едно друго ниво на позиции одржана од страна на некои организации и на националниот парк може да доведе до оваа необична ситуација. Од која било причина не постои одреден степен на иронија во ситуација. Слични комбинации се кампањите на жителите во Велс за охрабрување на развојот на одржливи рекреативни патеки, а намалување со нелегалното паркирање на автомобилите и вознемирување на чувствителните живеалишта и тивките локални заедници.^a

Кај втората голема импликација додека се обезбеди широко платно на мислење кај фокус групите во различните заедници, овие повратни информации може да бидат над остварените особено кога ставовите на кориснички групи или резидент групите се добро артикулирани во јавни состаноци преку електронските медиуми и локалните медиуми. Во случај на GKI една организација е основана слобода да ги избереме Snowdonia група за да се спротивстави на стратегија за слобода да ги избереме се опишува себеси како:

орган составен од локални жители и луѓе надвор од Snowdonia претставуваат широк спектар на интереси, кои се врзани заедно со длабока загриженост за иднината на Snowdonia и гледаат на квалитетот на искуство дека тој може да обезбеди. (Слобода на избор 2002)

Група политичари изјавиле дека не постои сообраќајен проблем при движењето во Северна Snowdonia и дека паркирањето на патот е од суштинско значење за слободата на поединецот. Во соопштението, исто така, се нагласува дека задолжително паркирање и возење по шема е: лошо замислени и нефункционален затоа што повеќето планинари, рид проходилки, итн сакаат да бидат во своите започне точка на пример, Пен Ы Пас или Ogwen во исто време, односно 08:00-09:30 и да се подигнат околу зајдисонце ... во дополнение, шемата, исто така, ги игнорира потребите на огромниот број на посетители, кои ниту се искачи но едноставно сакаат да уживаат во сценографијата, пикник, да, се фотографираат, итн Овие луѓе никогаш нема да го користат паркот на возење по шема. (Слобода на избор 2002).

Многу други лица и корисници на групи како што се планинарските друштва - клубови оттогаш испратиле слични пораки на веб-сајтови на e-mail до



канцелариите на националниот парк за време на првите месеци на 2002. Главните прашања станаа паркот и возење по шема и коментарите во однос на другите аспекти се минимални. Имаше недостаток на блискост, интереси или, како во однос на другите елементи на стратегијата. Во сила, целата консултантна фаза е центриран на еден број, како резултат на добро оркестрирано кампување од мал број на групи.

Импликации

Случај на Snowdonia зелено Клучни Иницијативата се фокусира на практични проблеми кои можат да настанат во техники, како што се фокус групите се користат за да им обезбеди информации и насоки за контроверзни теми. Застапеност на ставови и мислења на шест општини кои се вклучени во подготовката на северниот Snowdonia студија сугерираат сценарио на мешани мислење со одреден степен на скептицизам и антипатијата кон Национално Париз тело. Сепак, групите сигнализираат широк консензус дека нема потреба за решавање на проблемите, како паркинг дека некои форми на јавен превоз по шема може да се случат во текот на еден медиум за долго - термин временска скала.

Сепак, каде што има значителен медиумски интерес и длабока загриженост во некои делови од заедницата за последиците бараат да се променат утврдените обрасци на однесување на корисникот, фокус група може да биде засенета со повратни информации. Постојат голем број на последиците за оние кои се вклучени во дизајнот и планирање или туризам шеми кои сакаат да ги вклучат некоја форма на намалување на автомобилите. Прво, важно е дека жителите, кориснички групи и трговци се добро информирани од рана фаза. Неодамнешните разговори со експертите укажуваат на тоа дека оние кои регираат на таквите програми се побрзо испитани од поддржувачи или предлагачи. Недостатокот на разбирање на клучните елементи на таквите стратегии за тоа како тие се однесуваат јасно може да доведе до негативни реакции кај жителите, но во практика со класирање на групите на интерес, како што се трговци или корисници. Тоа е значајна за еволуција на Snowdonia зелено клучните Иницијативата беше видена како управувана единствено со Национален парк завод за тесни конзервативни причини, и покрај фактот дека е измислен од партнерство се состои од два локалните власти и два економски развој агенции.



На критична улога на јавни консултации треба да вклучуваат низа на квалитативни истражувачки техники, особено фокус групи или панели кои можат да идентификуваат заедница прашања и да се обезбеди увид. Тие исто така служат со цел да се обезбедат информации и да произведуваат нивоа на интерес или обврски. Меѓутоа, во " контроверзниот "проекти тоа би можело да биде најдобро превземено емпириско истражување на работа, врз основа на основање на пример на еден панел на жителите избрани по случаен избор, пред почетокот на големата конститативна вежба.

Панелот може да бидат тестирани на континуирана основа во текот на целиот процес за да се оцени степенот на мислење за променат во текот на процесот. На овој начин, тоа ќе биде можно да се оценат мислењата од различни делови на заедницата која ќе може ставовите на заинтересираните страни може да се измери.

Постојат неколку други истражувачки импликации кои оваа почетна студија ги нагласува. Постои јасно потреба да се идентификува една мерка на ниво на влијанија поврзани со различни начини на сообраќајот во врска со нивоата на потрошувачка во локација. Покрај тоа, исто така, ќе бидат корисни за креаторите на политиката да се разбере подобро комплексноста на чинителите учество во процесот на развој на туризмот во случај на поголеми размери иницијативи. Собирање на голем број на студии на случај, кои можат да се евалуираат во контекст на сообраќајниот туризам шеми, може да им овозможи лекциите да бидат научени за идниот развој (Баум 1999).

Заклучок

На Snowdonia Иницијативата Зелен Клуч е една од неколкуте иновативни туризам сообраќајни шеми за предложените во Велс во последниве години. Важно е дека таквите програми се предмет на јавна анкета со цел дека различни групи на заинтересирани страни може да се направи влез на процесот. Сепак, степенот до кој се обидувааше и тестирани истражување приоди како што се употребата на фокус групи се доволно добри во околности кога интензивно лобирање активност искривува процес е знак прашалник. Процесот на консултации во Snowdonia продолжува, тоа беше најавено од страна на претседателот на Snowdonia зелени Клучни Извршниот група во април 2002 година:



Од сега, оваа иницијатива, ако тоа е за да успее во својата цел мора да се развиваат со соработка и активна поддршка на локалната заедница и во тесна соработка со сите заинтересирани страни. (Snowdonia зелено Клучни Партнерство Прес 2002)

Дали или не тоа ќе се одрази брз повратните информации од сите делови на заедницата останува да се види, но изгледите за одржлив сообраќаен туризам искуство во Snowdonia не птицегадател во оваа фаза.

Забелешка:

1. Извршната власт, Членови на Snowdonia, Иницијативата Зелен клуч, Конзорциумот составен: Conwy Земја Borough Советот, рурални Советот за Велс, Gwynedd Советот, Snowdonia Национален парк тело, Велс туристички одбор на велшкиот агенција за развој.

Користена литература

1. Baum, T. (1999). *Human resource concerns in European tourism. Strategic response and the EC. International Journal of Hospitality Management*, 12(1). 18-31.
2. Баум, Т. (1999). Човечките ресурси загриженост во Европската туризам. Стратешки одговор и на ЕК. Меѓународен весник на хотелски менаџмент, 12 (1). 18-31.
3. Bishop, K. Owen, R. Elwyn. Speakman, C & Wilde P. (1998) *Northern Snowdonia Study – developing local economic opportunities through the management of visitors traffic. Environmental Planning Research Unit, Cardiff University.*
4. Бишоп, К. Овен, Р. Elwyn. Speakman, C & Вајлд П. (1998) Северна Snowdonia проучување - развој на локалните економски можности преку управување на посетителите сообраќај. Животната средина, планирање Research Unit, Кардиф универзитет.
5. Centre for Leisure Research and JMP Consultants Ltd. (1995). *The 1994 all parks visitors survey: Report of the survey in Snowdonia national Park (Vol.11) Edinburgh: Centre for Leisure Research.*
6. Центар за истражување и Слободен JMP консултанти ООД (1995). Од 1994 година сите паркови посетители анкетата: Извештај од истражувањето во Snowdonia National Park (Vol.11) Единбург: Центар за Слободно истражување.
7. Coalter, F., McGregor, C., & Denam, R. (1996). *Visitors to national parks.* Cheltenham:



Countryside Commission and Countryside for Wales, CCP503.

8.Coalter, Ф., МесGregor, В., & Denamn, R (1996). Посетителите на националните паркови. Cheltenham: Рурална Комисија и рурални за Велс, CCP503

9.Cullinane S.(1997) *Trafic Management in Brtain's national parks.transprot Reviews*,17(3),267-279

10. Cullinane C. (1997) управување со сообраќајот во националните Паркови. Сообраќајни Прегледи Brtain's, 17 (3) ,267-279

11.Cullinane,S., Cullinane,K.,&Fewing,J(1996). Traffic management in Dartmoor Natonal Park: Lessons to be learnd . Traffic Engineering and acontrol,39(10), 572-576.

12. Cullinane, C., Cullinane, K. & Fewing, J (1996). Управување со сообраќајот во Dartmoor Natonal парк: Научени да бидат learnd. Шверц инженерство и acontrol, 39 (10), 572-576.

13.Curtis,C.,&Headicar,P.(1997).Targeting travel awarencess campaingns. Transport Policy,4(1), 57-65.

14.Кертис, В., & Headicar, П. (1997). Насочване патување awarencess campaingns. Транспортна политика, 4 (1), 57-65.

15.Diley R.S.(1993) *Roads and traffic in the English Lake District National Park,problems and planning otions.Tourism Recreation Research* 18(1),33-37

16.Diley PC (1993) Патишта и сообраќај во англискиот Езеро Окружниот Националниот парк, проблеми и планирање otions.Tourism рекреација Истражувања 18 (1) ,33-37

17.Eaton,B., & Holding, D.M. (1996). The evaluation of public transport alternatives to the car in British National Parks. Jurnal of Transport Geography, 4(1), 55-65.

18.Итон, Б., & Холдинг, D.M. (1996). На евалуација на јавниот транспорт алтернативи на автомобил во британскиот националните паркови. Jurnal за транспорт географија, 4 (1), 55-65.

19.Freedom to Choose (2002). Frreedom to Choose-Snowdonia Group: Policy statement <http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/English/ftc-s-policy.htm>.(accessed18/08/02).



Слобода на избор (2002). Freedom da Избери-Snowdonia Група: Политика изјава <http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/English/ftc-s-policy.htm>.

(Accessed 18/08/02) ..

20. Freedom to Choose (2002). Freedom to Choose-Snowdonia Group: Policy statement <http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/English/observation2.htm> (accessed 18/08/02).

Слобода на избор (2002). Freedom da Избери-Snowdonia Група: Политика изјава <http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/English/observation2.htm> (accessed 18/08/02).

21. Frey, J.H., & Fontana, A. (1993). The group interview in social research.

In: D.L. Morgan (Ed), *Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art* (pp.20-34). Newbury Park: Sage.

22. Фреј, Ј.Н., & Фонтана, А. (1993). Групата интервју во социјални истражувања. Во: D.L. Morgan (ЕД), *успешна Фокус групи: Унапредување на земјата на уметност* (pp.20-34). Newbury Park: Sage

23. Goss, J. D. (1996). Focus groups as alternative research practice: Experience with transmigrants in Indonesia. *Area*, 28(2), 115-123.

24. Гос, Ј. ДР (1996). Фокус групите како алтернатива истражување практиката: Искуство со transmigrants во Индонезија. *Област*, 28 (2), 115-123.

25. Harcup, A. (1998) *National Car Parks. The Surveyor, January 18, 26-27*

Holding, D.M. & Kreutner, M. (1998). Achieving a balance between carrots and sticks for traffic in National Parks: The Bayerischer Wald Project. *Transport Policy*, 5, 175-183.

26. Harcup, A. (1998) *National Car Parks. The Surveyor, January 18, 26-27*

27. Холдинг, D.M. & Kreutner, M. (1998). Achieving рамнотежа меѓу моркови и стапови за сообраќај во националните паркови: На Bayerischer Валд проект. *Транспортна политика*, 5, 175-183.

28. Jafar, J. (1990). Research and scholarship: The basis of education. *Journal of tourism Studies*, 1(1), 33-41.

29. Джафар, Ј (1990). Истражување и стипендии: На основа на образование. *Весник на туризмот студии*, 1 (1), 33-41.

30. Kreuger, R.A. (1998). *Focus groups: A practical guide for applied research*. London: Sage.



- 31.R.A. (1998). Фокус групи: А практичен водич за применети истражувања. Лондон: Sage.
- 32.Mason, P.,&Cheyne,J.(2000). Residents attitudes to propped tourism development. *Annals of Tourism Research*,27(2),391-411.
- 33.Мејсон, П., & Cheyne, J. (2000). Жителите ставови да propped развојот на туризмот. *Аналите на туризам истражување*, 27 (2) ,391-411.
- 34.Newidiem(2000). Economic Impact Analysis of Northern Snowdonia Study. Unpublished consultancy report. Newidiem,Cardiff.
- 35.Newidiem (2000). Економско влијание Анализа на Северна Snowdonia проучување. Необјавена консултантски извештај. Newidiem, Кардиф.
- 36.Northern Snowdonia Study Team(1998). Northern Snowdonia Study: Report of Local Forum Meetings. *Environmental planning Research*. Unit.Cardiff University.
37. Северна Snowdonia студискиот тим (1998). Северна Snowdonia Студија: Извештај за локална Форум состаноци. Животната средина, планирање на истражувањето. Unit.Cardiff универзитет.
- 38.Ogden, P.(2001). Access to Snowdonia-The Snowdonia Green Key Initiative. *Tourism without Traffic*, Birmingham, September 13th,1-8.
- 39.Ogden, П. (2001). Пристап до Snowdonia-На Snowdonia зелено Клучни иницијатива. Туризмот, без сообраќај, Бирмингем, 13 Септември ,1-8.
- 40.Page,S.(1995) *Transport for tourtsm*. London. Routledge.
- 41.Страница, С. (1995) транспорт за туризам. Лондон. Routledge.
- 42.RAC(1995),Foundation for motoring and the environment In. *Cur Dependence* (p.15), Basingstoke: Royal Automobile Association.
- 43.RAC (1995), Фондацијата за моторите и животната средина во. *CurDependence* (стр.15), Basingstoke: Кралски Автомобилски асоцијација.
- 44.RPS Planning, Transport and Environment(2002) *Snowdonia Green Key Initiative Re-appraisal Report*. Unpublished consultancy report.
- 45.RPS планирање, транспорт и животна средина (2002) *Snowdonia зелено Клучни Иницијатива за Ре-процена извештај*. Необјавена консултантски извештај.
- 46.Ryan,C.,&Montgomery (1994) The attitudes of Bakewell residents to tourism development. *Tourism Management*, 15,358-369.
- 47.Рајан, В., & Монтгомери (1994) Ставовите на Bakewell жителите да развојот на туризмот. *Туризам менаџмент*, 15,358-369.



48. Snowdonia Green Key Partnership Press Statement(2002)
<http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/> English/SGK_Partnership_Press_Statement
(accessed 18/08/02)
49. Snowdonia зелено Клучно Партнерство Прес изјава (2002)
<http://www.snowdonia2002.fsnet.co.uk/> англиски /
SGK_Partnership_Press_Statement (accessed 18/08/02)
50. Steiner, T.J. & Bristow. A.L. (1990). Road pricing in national parks. A case study in the York shire Dales National Parks Transport Policy, 93-103.
51. Штајнер, Т.Ј. & Бристов. АЛ (19.990). Патот цените во националните паркови. Една студија на случај во Њујорк Шире Dales Национални паркови транспортна политика ,93-103.
52. *Wales Tourist Board (1999) Achieving our potential a tourism strategy for Wales. Cardiff: Wales Tourst Board*
53. Велс Туристички одбор (1999) Постигнување на нашите потенцијални туристичка стратегија за Wales. Cardiff: Велс Tourst одбор
54. *Wales tourist Board (2000). Summary of statistics. Cardiff: Wales Tourist Board*
55. Велс туристички одбор (2000). Резиме на statistics. Cardiff: Велс Туристички одбор
56. *Welsh Office (1998). Transporting Wales into the future. Cardiff: Welsh Office*
57. Велшки канцеларија (1998). Превозни Велс во иднината. Cardiff: Велшки канцеларија
58. *Whitelegg J. (1993). Transport for a sustainable future: The case for Europe. London. Belhaven*
59. Whitelegg J. (1993). Транспорт за одржлива иднина: Случајот за Европа. Лондон. Belhaven



ОСМИ ДЕЛ: ПЛАНИРАЊЕ ВО МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИСТИЧКИ СООБРАЌАЈ

Планирање во туристичкиот сообраќај

Поголемиот број на туристичките и излетничките патувања во Европа (и светот) се остваруваат со индивидуалните патни возила. Со доаѓањето на туристите во оделни дестинации, чиј број може, а тоа и често се случува, да изнесува повеќе од бројот на домицилното население, бара значајни простори за паркирање на нивните индивидуални и приклучни возила. Малите туристички дестинации заради тоа мора да се предвидат сразмерно многу поголема сообраќајна површина отколку тоа на самите нив и е потребна. На тој начин можат да се девастираат помалку атрактивни места, затоа, при урбанистичките планирања за тоа треба да се води сметка(46).

Процесот на туристичкиот развојот насекаде тече брзо, особено во развиените земји. Повеќето туристички места во светот денес се соочени со проблемите на сообраќајната гужва, загаденост на воздухот, земјиштето и водата, преголемата бучава. Имајќи го ова во предвид, јасно е дека треба да бидеме мошне внимателни не само во користењето на сообраќајот, туку и во проектирањето на сообраќајните средства кои би можеле да уживаме во комфор на туристичкиот престој и да се задржи на повисок степен мобилноста, која секој од нас многу ја посакува .

Успехот на кое било ниво од процесот на просторното планирање зависи пред сè од јасно дефинираната национална политика.

Инаку, секој процес од планирањето бара интердисциплинарни пристап. Тоа значи, единствениот пат кој може да гарантира задоволително однесување и подобро разбирање на сите професионалци кои на него работат. Се разбира, првите стручници треба да бидат распоредени на соодветни места во процесот на планирањето. Така архитектите ќе го имаат во предвид естетскиот изглед на туристичкото место, сообраќајните инженери ќе се концентрираат на сообраќајната мрежа на различните гранки во сообраќајот и на превозот на туристите и стоката, туристичките работници го ставаат во фокусот финансиските работи и квалитетот на превозот.

Досегашните залагања направени во оваа насока досега имаат дадено само ограничувачки резултати, затоа, многу поголемо внимание треба да се посвети во



иднина како би можело да се реализира повисоко ниво на планирање на туристичките места, па и пошироко.

(46) За пример може да се наведе фактот што сообраќајните површини во градовите заземат приближно 30 насто од вкупната површина на градот.

Голема улога во тоа може да одигра и самиот турист, доколку тој повеќе е заинтересиран за почист и поубав туристички град.

Не постои само еден начин и само едно решение во планирањето на секое поединично туристичко место. Градовите многу иако се разликуваат помеѓу себе, но покажуваат и некои заеднички карактеристики. Затоа е потребно туристичките места да пронаоѓаат и бараат свои специфични сообраќајни решенија, кои треба да бидат скроени според нивните посебни потреби. Не постои недосток од сообраќајните решенија, туку повеќе би можело да се рече дека постои недостаток на добро поставените проблеми.

Подобар сообраќај во исто време би значело и подобрување на животниот стандард на населението во некое туристичко место. Се разбира, сообраќајните системи кои настанале пред повеќе десетина години не можат да ги подмират зголемените потреби на денешните туристи.

Сообраќајните туристички потреби и можности за нивно задоволување

Структурните промени во економските и стамбените услови заедно со порастот на туристичките патубања со патни моторни возила доведоа до основни промени во главните сообраќајни компоненти и до пораст на туристичките градови и нивните околии. Сообраќајните проблеми кои сега се создаваат повеќе не можат да бидат решени само со помош на градење на патиштата, сообраќајната организација или пак со контрола на сообраќајот. Тие проблеми се од таква природа, чие решавање бара зафати од основата, што значи поинакви градови и реорганизација на нивниот сообраќај. Треба да се кординира работата околу планирањето на туристичките места и планирањето на сообраќајот, со цел, да се добие најдобро сообраќајно решение во интерес на домицилното население и туристите кои тука го користат својот одмор.

Фактот е дека скоро сите досегашни прогнозирања на развојот на сообраќајот, особено оние кои се однесувале на модернизацијата на патната



мрежа покажуваат дека идните потреби премалку се оценети и затоа сообраќајот брзо ги надмина границите на новите капацитети.

Сообраќајните проблеми се најголеми, а можноста за нивно решавање е најмала во центрите на туристичките места. На периферијата од тие места, состојбата е скоро обратна. Ако се појави сообраќајна заситеност во градот, таа најнапред се манифестира на главните кружни патишта кои водат во центарот. На разни места во градот сообраќајните потреби ќе бидат различни. На надворешните делови од градот може да се предпостави дека постои доволно сообраќајна мрежа, т.е. нивниот капацитет доволен да ги задоволи сообраќајните туристички потреби и во најголемото оптоварување за време на „шпиц“ сезона. Со приближувањето кон центарот на градот состојбата се менува: бројот на туристите ќе расте, а расположливиот простор ќе се менува, а со тоа, гужвата ќе се зголемува. Градот се развива во аритметичка, а сообраќајните туристички потреби во геометриска прогресија.

Имајќи го во превид сето тоа, само по себе се наметнува прашањето: како да се реши проблемот со намалувањето на градската гужва?

Затоа постојат неколку начини:

1. Најлесен, а воедно и најевтин, но не секогаш и најефикасен начин е оној кој се состои во подобра организација на уличниот простор во центарот на градот: воведување на едномерни улици, ограничувањето на перкирањето блиску до работ на улиците и негово преместување надвор од патот, воведување на прогресивни сигнализации на кружните улици и слично.

2. Вториот начин се состои во тоа што, јавниот сообраќај е привлечен во центарот на градот, а е ограничен или целосно завранет влезот на индивидуалните возила во центарот на градот. Тој систем познат под името „паркирај и вози“, („парк-анд-риде“, односно „семи-цомпутер“) на големо се применува во развиените земји. Туристите своите возила ги паркираат на одредени места надвор од центарот на градот, па за влез и излез од центарот на градот се користат услугите на јавниот сообраќај. Се разбира, автобусите треба да бидат комфортни и да вршат превоз без пари. Оваа мерка секако со задоволство не ја прифаќаат туристите, од проста причина што, кога некој има сопствен автомобил, тешко се враќа на јавниот сообраќај.



3. Некои туристички места, се обидуваат проблемот да го решат со изградба на надворешни, средишни или внатрешни кружни патишта, со кои ќе се оневозможи транзитниот сообраќај од центарот на местото.

Внатрешните кружни патишта се користат само за прифаќање на јавниот сообраќај, а патниците влегуваат во центарот со пешачење.

4. Во некои туристички места големиот пораст на сообраќајните потреби се задоволува со изградбата на патиштата за брз сообраќај, кои поминуваат во близина на центарот и имаат кружен тек на неколку нивоа па зато овозможуваат брз, удобен, сигурен и економичен превоз низ градот. Добро проектиран пат со четири сообраќајни траки во едно градско подрачје има капацитет како осум улици, од кои, секоја е широка по 16 метри, а овозможува скоро двојна поголема брзина во возењето. Се разбира, изградбата на вакви патишта бара поголеми инвестиции и поголем слободен простор.

5. Одредени решенија на проблемот со гужвите на сообраќајот во туристичките места се бараат и во развојот на јавниот сообраќај и развојот на индивидуалниот сообраќај. Тоа значи, на посебни делови од патот се градат брзи патишта, а во средината се поставува јавниот сообраќај.

6. Некои решенија се насочени во правец на одвојувањето на сообраќајните потреби во простор и време. Така на пример, со одвојувањето на сообраќајот во време се постигнува деконцентрација на сообраќајот, така што отапува оптеретувањето во почетокот на работното време. Раздвојувањето во просторот почнува обочно со изградба на кружни патишта на неколку нивоа, или пак, со одвојувањето на јавниот сообраќај од индивидуалниот сообраќај и пешаците со изградба на патишта и улици во две, односно три нивоа.

СООБРАЌАЈОТ И РАЗВОЈОТ НА ТУРИСТИЧКИТЕ МЕСТА

Се поголемиот развој на животниот стандард и поголемиот пораст на туристичките патувања предизвикале во многу туристички места да се појави криза во сообраќајот. Особено тие проблеми се појавуваат од педесете години на минатиот век, пред се, заради виталниот дефицит на сообраќајни капацитети кој се појави заради големите туристички патувања на населението. Има повеќе начини за решавање на тој проблем. Ќе истакнеме неколку:



1. Решението на проблемот се гледа во рушењето на постојаните градови и изградба на нови, кои повеќе би одговарале на современите барања на сообраќајот,

2. Враќање на начинот на животот од почетокот на 20 век,

3. Забрана на употреба на моторните возила во градовите, односно намалување на нивниот број,

4. Усовршување на јавниот сообраќај,

5. Усовршување на патиштата и уредите за паркирање,

6. Невложување во пораст на старите делови на градовите и вложување во нови туристички центри и т.н.

Многу од наведените предлози се разбира се предизвикани од стравот од промената на физичката композиција на градската структура во правец на прилагодувањето на животот во 21 век и сообраќајните потреби. Ако туристичките места се спротистават на прилагодувањата на барањата на сообраќајниот и модерниот начин на живот, ќе почнат да пропаѓаат и ги чека евентуална економска смрт. Сообраќајот постанува се повеќе клуч за одржување на туристичките места како центри на туристичкото производство, потрошувачката, културата и др. Ако постои и најмала шанса за да живееме во мир со сообраќајните средства треба да ја искористиме.

Многу проблеми во сообраќајот се јавуваат заради што туристичките места немаат планови за сообраќај, или ако ги имаат, тие не одговараат на моменталната состојба. Многу грешки се правеле при одредувањето, намената на земјиштето при планирање на сообраќајниот систем, при изградба на генералниот урбанистички план и сл. **Многу важен предуслов за решавање на сегашните и идните сообраќајни проблеми е изработката на долгорочен (за 20-30 години) сообраќајен план, кој треба да го зафати целото подрачје на регионот, а не само еден град.** Само таков сообраќајен план може да преставува еден вид гаранција против погрешните инвестиции, кои неминовно се јавуваат ако се прават делумни решенија на проблемот.

Базата на секој сообраќајен план треба да биде генералниот урбанистички план. Тоа се должи на фактот што, сообраќајниот план треба да преставува точен преглед на целобкупната содржина на едно туристичко место. Во него треба да се најдат место сите фактори од кои зависи сообраќајот. Во прв план, треба



посебно внимание да се посвети на прашањето со **користењето на земјиштето**. Во таа насока е значајно да се истакне потребата од резервирање на доволно земјишна површина за сообраќајници и сообраќајни објекти. Се разбира, изработката на добар сообраќајен план не е ни малку лесна и едноставна работа. Затоа, при неговата изработка секогаш треба да се вклучат страни лица, кои си ја познават проблематиката за која станува збор.

При изработката на планот посебно внимание треба да се посвети на следните моменти: социјалните, економските и технолошките промени на градовите, како и за топографијата, екологијата и демографијата на градовите. Со цел, успешно да се одговори на сите тие прашања, секој сообраќајен план е нужно да ги содржи следните четири сфери:

- 1- подобрување на јавниот сообраќај,
- 2- усовршување на патната мрежа,
- 3- реконструкција на градот,
- 4- намена на земјишната површина.

Со самите сообраќајни планови се сака да се постигне основната цел, а таа е следна: туристичките места да постанат подобри на планот на животот, работата и игрите како за домицилното население, така и за туристите. Во таа насока секако оди од нивната оптимализација. Теоријата за оптимализацијата на сите активности денес е прифатена од многу значајни туристички места во светот, како на пример во САД, земјите од Европската унија и сл. Со цел да се постигне таква зацртана програма, теоријата на оптимализацијата наоѓа практична реализација во линеарното програмирање и т.н. анализа на системот. Што бпрочем содржи таква теорија на оптимализацијата ќе ни стане појасно ако истата ја изразиме статистички преку соодветна формула, каде секоја варијабила стои во одреден однос спрема сите други варијабили, а само преку една правилна нивна комбинација може да се реализира заложбата за еден “добар туристички град, или место”. Меѓутоа како и секаде, и овде ќе се појават спротивни мислења во однос на тоа што е пооптимално, од проста причина што, она што е оптимално за јавниот сообраќај, не е оптимално за индивидуалниот сообраќај и обратно, или она што е оптимално тековно, не е оптимално долгорочно, и т.н.

Формулата за „добар“ туристички град е :

$$DG=f(S,P,V,U,R,JZ,K), \text{ каде е:}$$



f-функција

V-вработување

DG-добар град

JZ-јавно здравство

P-превоз

S-становање

U-училишта

R-рекреација

K-културни можности

Секое прогнозирање на иднината треба да се прави со големо внимание и предпазливост, од проста причина што денес, не сме во состојба да ги согледаме сите промени кои можат да настанат заради развојот на техниката и технологијата, која, пак, развојот може многу да влијае на идните потреби на туристите. Во основа треба да се води грижа за следното:

1. Не може со сигурност да се предвиди во кој степен промените во сообраќајниот систем можат да се одразат како причина за пораст на градовите но, може да се предпостави дека одредени начини на превоз може да предизвика одредени промени во тој поглед.

2. потребно е да се создаде еден вработен програм за модернизација на градскиот сообраќај и постојано да се прати неговото спроведување во пракса. Тој програм треба во основа да ги задржи следните моменти: изградба и одржување на улиците, патиштата, набавката на опрема која служи за подобро одвивање на сообраќајот, осигурување на површини за паркирање на возила надвор од улиците, модернизација на јавниот сообраќај и сл.

3. Воведувањето на нови форми на превоз предходно треба да биде оценето од аспект на капацитето на превозот, брзината, сигурноста и влијанието на развојот на туризмот. Научните истражувања треба да дадат одговор пред се на прашањето: каква сообраќајна услуга треба да осигура јавниот сообраќај и како може да се оствари рамнотежа помеѓу понудата и побарувачката.

4. Трошоците имаат важна улога при одредувањето на релативната вредност на опремата во јавниот и индивидуалниот сообраќај. Тие треба внимателно да се стават во однос со користа која од нов се очекува. Генерализирање во однос на трошоците може да биде погрешно и тие ќе варираат согласно препоставеното нивно искористување.

5. Бидејќи туристичките објекти се распространети по ширината на градското подрачје, нужно е да се прошири и модернизира јавниот сообраќај. Ако тоа не се оствари, може да се случи користењето на јавниот сообраќај да почне да



опаѓа, особено во случај кога има поголем пораст на степенот на моторизација и усовршување на патната мрежа и простор за паркирање.

Процес на планирање во туристичкиот сообраќај

Процесот на планирање на туристичкиот сообраќај со самото време како одминува во практика методолошки постојано се развивал. Ако треба истиот да се дефинира, тогаш може да се рече дека преставува **процес преку кој се развиваат алтернативните стратегии за прелагодување на постојаната мрежа со новиите сообраќајни потреби.**

Инаку, самиот процес на сообраќајно планирање во поширок смисол на зборот зафаќа:

1. Идентификација на верјабилите на соодветната политика.
2. Идентификација на директните и индиректните ефекти од тие беријабилни.
3. Собирање на податоците потребни за поставување на моделот за прогнозирање.
4. Изработка на моделот за прогнозирање на сообраќајниот систем.

Првите две задачи служат за дефинирање на цената на новиот процес на планирање. Третиот служи за собирање на потребните информации без кои не можно да се изработи моделот на прогнозирање. Моделот за прогнозирање на сообраќајот е само тогаш корисен, доколку се употребува како средство за обликување на добар сообраќајен систем.

Сообраќајното планирање може да се подели на неколку сфери и тоа:

1. секторско-сообраќајно планирање кое зафаќа планирање на сообраќајот во оделни сообраќајни гранки,
2. просторно-сообраќајно планирање кое зафаќа планирање на сообраќајот во рамките на даден простор,
3. проектно-сообраќајно планирање кое зафаќа проектирање, проценка и избор на сообраќајните објекти.

Просторно-сообраќајно планирање (како и секое друго планирање) поминува низ три фази и тоа:

- а) дефинирање на проблемот и рамките на планирањето,
- б) создавање на статистичко документациона база,
- ц) предвидување на општествено-економски развој,



д) предвидување на побарувачката за сообраќајните услуги,

е) создавање и вреднување на планови и

ф) политика на остварување на планираните задачи.

Просторното-сообраќајно планирање ги анализира односите помеѓу сообраќајот и дадениот простор и ги утврдува меѓусебните врски и влијанија помеѓу нив. Инаку, непобитен е фактот што во последно време се повеќе му се придава поголемо значење на просторното-сообраќајно планирање. Во рамките на самото планирање, како најзначајна фаза може да се одвои фазата на вреднување на планот од економска гледна точка. Токму затоа, во продолжение на вреднувањето на планот му посветуваме посебно внимание.

Предвидувањето во процесот на планирањето преставува негов почеток и срж. Тоа така, од пороста причина што со помош на предвидувањето однапред се определуваат целите кои треба да се остварат и осигурува износот и утврдува време за инвестирање во средства и опрема потребни за остварување на наведените цели. Исто така, со предвидувањето се обезбедува и база за изработка на буџетот и контрола на резултатите од работењето: приходите и расходите, на кратки, средни и долги рокови. На пример, предвидувањето на очекуваниот туристички промет, е важен предуслов за планирање на воздушните престаништа.

Постојат повеќе методи за предвидување на очекуваниот сообраќај. Кој метод ќе се употреби зависи од повеќе фактори, како на пример: посебна примена, расположливи податоци, период на проиницирање и т.н.

Сите тие методи можат да се поделат во неколку категории и тоа:

1. статистички, односно, квантитативни, или како поинаку се викаат: научни,
2. квалитативни, односно проценети,
3. комбинирани (квантитативни и квалитативни) - анализа на одлуката.

Статистичките методи на предвидување се состојат од овие делови, односно, од следните алтернативни техники на предвидување:

- а) анализа на временските серии,
- б) примена на соодветна статистичка метода.

Програмата за сообраќајно планирање треба постојано да биде флексибилна, односно при донесувањето на одлуката на краток рок. Одлуките обично ги носат политичките тела на предлогот на стручнаците, или јавноста, односно нивните преставници или стручнаците и јавноста заедно.



ЛИТЕРАТУРА

1. **Stephen, J. P.(2004).** Tourism and Transport (issues and Agenda for the Nev Millennium.
2. **Велкоски, С.(2005).**Економика на сообраќајот, Охрид.
3. **Велкоски, С.(2008).** Сообраќајот и Туризмот, Охрид.
4. **Панов, Н.(2002).** САД, Скопје.
5. **Темјановски, Р.(2006).** Меѓународен туризам и шпедиција, Европски Универзитет- Факултет за економски науки, Република Македонија, Скопје.
6. **Коларич, В.,Н.(2007).** Менаџмент у саобрачају, Висока туристичка школа, Београд.
7. **Кејвс, Р. Е.(1962).** Авиотранспорт и негова регулатива студија за индустријата. САД.
8. **Мејер, Ј. Р., Кејн, Ј.Ф., Вол, М.(1974).** Проблемот во урбаниот превоз, Скопје.
9. **Маршал, С., Банистер, Д.(2003).** Употреба на земјиште и транспорт, Европски истражувања кон интегрираните политики, Скопје.
10. **Хеншер, А.Д., Бруер, М. Ен. Д.(2001).** Транспорт од економски и менаџментски аспект, Скопје.
11. **Даганцо, Ф. К.(2007).** Основи на превозни и сообраќајни операции, Скопје.
12. **Баркер, Т., Герхолд, Д.(1995).** Постојаниот раст на патниот транспорт од 1700-1990г.,Скопје.
13. **Банистер, Д.(2005).** Неодржлив Транспорт, Градскиот транспорт во новиот век, Скопје.
14. **Ворен, Џ.(2007).** Менаџирање на енергијата за транспорт, Енергија за одржлива иднина.
15. **ДЗС.(2007).** Транспорт и други комуникации, Скопје.
16. **Младинска книга (2004).** Државите во светот, Скопје.